

# Uutiset ja tiedon sirkulaatio verkostoyhteiskunnassa

Sara Johanna Keskinarkaus

Helsingin yliopisto

Valtiotieteellinen tiedekunta

Viestinnän oppiaine

Pro gradu -tutkielma

Elokuu 2013



Tiedekunta/Osasto □ Fakultet/Sektion – Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos □ Institution – Department Sosiaalitieteiden laitos	
Tekijä □ □ □ Författare – Author <b>Sara Johanna Keskinarkaus</b>			
Työn nimi □ □ Arbetets titel – Title Uutiset ja tiedon sirkuatio verkostoyhteiskunnassa			
Oppiaine □ Läroämne – Subject Viestintä			
Työn laji □ □ Arbetets art – Level Pro gradu		Aika □ □ Datum – Month and year Elokuu 2013	Sivumäärä □ □ Sidoantal – Number of pages 109
Tiivistelmä □ □ Referat – Abstract <p>Tämän Pro gradu -tutkielman aiheena on uutiset ja tiedon sirkuatio sosiaalisen ja perinteisen median välillä verkostoyhteiskunnassa. Kysymys uutisten olemuksesta ei kosketa vain journalismia vaan laajemmin yhteiskuntaa. Tutkielman tavoitteena on pohtia uutisen määritelmää ja tarkastella uutisjournalismin kytkeytymistä sirkuation ilmiöön muun muassa valtakunnallisen journalisminkentän muutoksia havainnollistamalla. Tutkielma kytkeytyy voimakkaasti 2000-luvun länsimaiseen verkostoyhteiskuntaan, jossa tieto ja uutiset ovat mobiiliteknologian myötä käden ulottuvilla kaikkina valveillaolon hetkinä. Parhaimmillaan tämä tutkielma kuvaa ja selittää uuden virtuaalisen elämän yhtä ulottuvuutta, tiedon sosiaalista kiertämistä ja jakamista verkostoyhteiskunnassa.</p> <p>Tämä tutkielma on pääasiassa teoreettinen katsaus. Uutisiin, tietoon ja uutistuotantoon liittyviä teoreettisia havaintoja täydennetään esimerkkiluontoisella tapaustutkimuksella, joka keskittyy Facebook-nimisen sosiaalisen median uudistukseen talvella 2011. Aineisto sisältää sekä Facebookissa käytyjä keskusteluja että Helsingin Sanomien ja Iltalehden verkkosivuilla julkaistuja artikkeleita uudistukseen liittyen. Analyysia ohjaavat pragmaattisen tietoteorian lähtökohdat. Sisällön- ja prosessianalyysin laadullisia tutkimusperinteitä yhdistämällä tuodaan näkyväksi sirkuation piirteitä, jotka ovat olleet aiemmin näkymättömissä.</p> <p>Verkostoyhteiskunnassa korostuvat uutisten uutuuden hetkellisyys ja uutisen määritelmän henkilökohtaisuus, mutta toisaalta merkitysten syntyminen verkostoissa. Tiedon ja uutisten sekä sosiaalisen ja perinteisen median rajapinnat ovat hälvenneet. Sosiaalisen median käyttäjistä, yleisöstä osa näyttäytyy aktiivisina toimijoina, jotka jakavat kuulemiaan ja löytämiään tietoja sekä näkemyksiään. Aktiivisten toimijoiden toiminnan pohjalta ei voida kuitenkaan arvioida passiivisten toimintaa tai syitä.</p> <p>Erilaisten mediaympäristöjen hyödyntäminen uutistyössä ja uutisten toistaminen ovat voimistaneet sirkuation ilmiötä. Sirkuatiolla on suoria ja epäsuoria vaikutuksia muun muassa journalistien tiedonhankintaan ja perinteisen median sisältöihin ja tapoihin käsitellä uutistapahtumia. Verkostoyhteiskunnassa toimittajan ja yleisön roolit sekoittuvat, ja tieto sirkuoi nopeasti alustalta toiselle, lähteeltä toiselle. Uutisen määritelmä on sosiaalisesti konstruoitunut, ja kuvaa omaa aikaansa. Uutisissa voidaan nähdä syntyneen jako niin sanottuihin hitaisiin ja nopeisiin, lyhyisiin uutisiin.</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords Tieto, uutiset, sirkuatio, journalismi, sosiaalinen media			
Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited			
Muita tietoja – Övriga uppgifter – Additional information			



## Sisällys

1 Johdanto.....	5
1.1 Aiempi tutkimus .....	7
1.2 Tutkimusongelma ja -kysymykset .....	8
1.3 Tutkielman rakenne .....	10
2 Tutkimuksen lähtökohdat .....	11
2.1 Tietoteoreettiset lähtökohdat .....	11
2.2 Teoreettinen viitekehys .....	13
2.3 Teorianmuodostuksen apuvälineet .....	16
3 Uutiset tutkimuskohteena .....	17
3.1 Uutiset ja journalismi .....	18
3.2 Uutiset ja valta .....	20
3.3 Uutiset ja osallistuminen.....	21
3.4 Uutiset ja yleisön autonomia .....	23
3.5 Yhteenveto uutisista tutkimuskohteena.....	24
4 Keskeiset käsitteet .....	25
4.1 Tieto ja informaatio.....	25
4.2 Uutinen.....	28
4.3 Sirkulaatio.....	30
4.4 Verkosto .....	32
4.5 Yhteenveto keskeisistä käsitteistä .....	34
5 Uutiset verkostoyhteiskunnassa .....	34
5.1 Uutisten synty .....	35
5.1.1 Journalismin ideologia ja markkinoituminen .....	36
5.1.2 Uutistuotanto ja ansaintalogiikka .....	37
5.1.3 Journalistinen työ.....	40

5.1.4 Verkko tiedonlevittäjänä .....	43
5.1.5 Yhteenveto uutisten synnystä verkostoyhteiskunnassa .....	44
5.2 Yleisön rooli .....	45
5.3 Yhteenveto aiemmista teoreettisista huomioista .....	49
6 Todellisuus sosiaalisessa mediassa .....	54
6.1 Sosiaalinen media .....	54
6.2 Facebook-ympäristö .....	57
6.3 Yksityisyys ja muutuskritiikki .....	60
6.4 Verkkoviestintä .....	62
6.5 Vertaisverkot ja lukeminen .....	64
7 Mediaympäristö ja yleisö .....	65
8 Case: Facebookin Timeline-uudistus .....	68
8.1 Tapaustutkimus .....	68
8.2 Prosessi- ja sisällönanalyysi .....	70
8.3 Aineisto .....	71
8.3.1 Lehtiartikkelit .....	72
8.3.2 Facebook-viestiketjut .....	73
8.3.3 Tutkimustehtävän operationalisointi .....	76
8.4 Tapahtumat aikajanalla .....	79
8.5 Analyysi .....	80
8.6 Yhteenveto Timeline-tapauksesta .....	84
8.7 Aineiston ja menetelmien arviointia .....	85
9 Uutiset ja tiedon sirkulaatio verkostoyhteiskunnassa .....	86

# 1 Johdanto

2000-luvun lopulla sosiaalisen median verkkosivustoista alkoi muodostua nopeasti potentiaalisia uutis- ja tietolähteitä (Allan & Thorsen 2011, 32). Suomen Journalistiliiton lehden teettämän kyselyn mukaan kaksi kolmesta toimittajasta on sosiaalisessa mediassa. Journalisti-lehden kyselyssä suomalaistoimittajista 78 prosenttia ilmoitti käyttäneensä Facebookia, 70 prosenttia YouTubea ja 38 prosenttia Twitteriä jutunteon tukena. (Journalisti 6/2012.) Toimittajat voivat seurata verkossa muiden medioiden sisältöjen lisäksi sosiaalisissa medioissa käytävää keskustelua. Vastaavasti lukijat voivat reagoida välittömästi mielenkiintoiseksi kokemaansa sisältöön esimerkiksi suosittelemalla, linkkaamalla tai twiittaamalla.

Sisältöjen sosiaalinen kiertäminen eli sirkulaatio (esim. Korpiola 2012; Hakala 2009, 125; Sumiala 2011; Sumiala ja Tikka 2011) on vilkasta eri medioiden ja niiden käyttäjien välillä. Sirkulaatio ei ole uusi ilmiö, mutta niin viestintäympäristössä kuin mediakäytössä on tapahtunut muutos, joka sallii eri sisältöjen nopean kierrätyksen monille eri verkostoille ja laajalle yleisölle. Verkossa perinteisen median yleisö voi kerätä itselleen yleisöjä. Sosiaalisen median käyttäjä voi olla uutisten lähde, mutta samalla myös sisällön tuottaja ja yleisö. Perinteisen ja sosiaalisen median rajapinta, toimittajan ja lukijan roolit, ovat hämärtyneet mediakenttää ravistelevien monitasoisten rakenteellisten ja kulttuuristen muutosten myötä. Mutta mitä perinteisen median rajojen hämärtyminen tarkoittaa konkreettisesti uutistuotannon kannalta? Ja miten muutokset ovat vaikuttaneet uutisiin?

Joidenkin lukijoiden ja mediakriitikoiden mukaan sisällöt ovat viihteellistyneet ja uutisjournalismin laatu on huonontunut. Uutisen määritelmä ei ole kuitenkaan pysyvä standardi, ja uutisilla tarkoitetaan julkisessa ja akateemisessa keskustelussa monenkaltaisia sisältöjä. Verkostoyhteiskunnassa ajan ja paikan tuntu ovat hälvenneet, ja perinteinen kärkikolmioon nojaava <sup>1</sup> uutinen menettää

---

<sup>1</sup> Asiat ja tapahtumat on järjestetty tärkeysjärjestykseen siten, että merkittävin asia on mainittu ensimmäisenä ja vähiten merkittävä viimeisenä. Lukija saa ensimmäisestä virkkeestä käsityksen, mistä on kyse. Perinteinen uutinen vastaa kysymyksiin mitä, missä, milloin, kuka ja miksi.

alkuperäisyytensä ja uutuutensa lähes välittömästi. Kiihtyneessä uutissyklissä uutuuteen nojaavan uutisen määritelmän voidaan nähdä tulleen haastetuksi (Boczkowski 2001), ja ajankohtaiseksi kysymykseksi on noussut, mitä uutiset ovat verkostoyhteiskunnassa. Ovatko uutiset nyt erilaisia kuin aiemmin?

Runsaasta akateemisesta tutkimuksesta ja keskustelusta huolimatta uutisen määritelmä sekä uutisten suhde tietoon ja informaatioon on pysynyt problemaattisena. Samoin lähteiden käyttöä ja toisten medioiden siteerausta on tutkittu laajasti, mutta täydennettävää löytyy yksityiskohtaisesti tiedon sirkulaatioon pureutuvasta akateemisesta tutkimuksesta (Messner ja DiStaso 2008). Tutkielman vastaa edellä mainittuun tutkimukselliseen tarpeeseen ja täydentää aiempaa sirkulaatiotutkimusta (ks. esim. Spitulnik 1997; Sumiala 2011; Sumiala & Tikka 2011; Rantanen 2009) teoreettisella tutkimuksella, jossa painottuu näkemys kansalaisista aktiivisina mediatoimijoina ja tulkintojen tekijöinä.

Teorian muodostuksessa hyödynnetään uutistuotantoa ja sirkulaatiota koskevaa aiempaa tutkimusta ja käsiteanalyysin työkaluja. Ilman käsitteitä muutosten hallinta on mahdotonta, joten tutkimuksen ensimmäisessä osassa keskitytään uutisen määritelmään ja syntyyn verkostoyhteiskunnassa. Teoriaa konkretisoidaan esimerkkitapausten avulla, joista keskeisin on Facebookin <sup>2</sup> Timeline-uudistukseen<sup>3</sup> liittyvä uutisointi ja informaation sirkulaatio sosiaalisen median käyttäjien ja uutisten kesken ja välillä joulukuussa 2011.

Tutkimusaihetta tarkastellaan osana yhteiskunnallista, sosio-kulttuurista kontekstia. Journalismilla viitataan tässä työssä perinteiseen mediaan ja joukkoviestintään, erityisesti sanomalehdistöön, ja journalisteilla journalistisen työn ammattilaisiin, vaikka käsitteet voidaan ymmärtää myös laajemmassa merkityksessä. Journalismiin ja mediakenttään liittyvän murroksen vaikutusten ja syy-seuraus-suhteiden määrittely on haastavaa, sillä niin journalistisia käytäntöjä, töitä, tuotteita, julkaisuja kuin perinteitä on lukuisia, ja poliittisten, taloudellisten ja kulttuuristen

---

<sup>2</sup> Myöhemmin lyh. FB. Palvelu löytyy osoitteesta [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

<sup>3</sup> Facebookin Timeline-uudistuksessa oli kysymys kyseisen sosiaalisen verkostoitumispalvelun päivityksestä, teknologisesta uudistuksesta, jossa näkyviä muutoksia tuli mm. käyttäjien profiilisivun ulkoasuun ja käyttömahdollisuuksiin. Käyttäjiä kannustettiin kokeilemaan Timeline-muotoa talvella 2011 ennen sen muuttumista pakolliseksi.

haasteiden vaikutukset niihin voivat olla moninaiset. Samalla aikalaistutkimuksen vaikeutena on muutosten merkityksen ja pysyvyyden arviointi.

Parhaimmillaan tämä tutkielma kuitenkin kuvaa ja selittää uuden virtuaalisen elämän yhtä ulottuvuutta, tiedon kiertämistä ja jakamista verkostoyhteiskunnassa. Samalla pureudutaan uutisten, tiedon ja informaation määritelmiin ja tarkastellaan uutistuotannon muutosten kytkeytymistä sirkulaation ilmiöön. Tavoitteena on tuottaa moderniin yhteiskuntaan kytkeytyvää akateemista tutkimusta, joka teoreettisia lähtökohtia esimerkkitapauksiin ja verkostoajatteluun yhdistämällä tuon näkyväksi tiedon sirkulaatioon liittyviä piirteitä, jotka ovat olleet aiemmin näkymättömissä.

## 1.1 Aiempi tutkimus

Sosiaalista mediaa koskevaa akateemista tutkimusta on tehty runsaasti, ja se on käsitellyt Twitteriä, Facebookia, YouTubea ja bloggauskulttuuria mm. yleisestä, määrittelyn ja tyypillisten käyttäjien näkökulmasta (esim. boyd ja Ellison 2008; van Dijck 2009; Kaplan ja Haenlein 2010), yksityisyyden ja julkisuuden rajanvedon näkökulmasta (esim. Lange 2007; Marwick ja boyd 2011; Humpreys 2011), journalismin näkökulmasta (esim. Messner ja DiStaso 2008) ja organisaatioiden näkökulmasta (esim. Gilpin 2010; Sedereviciute ja Valentini 2011). Kyseisissä tutkimuksissa on yleensä käytetty laajoja aineistoja, joista on etsitty ennemmin trendejä kuin yksittäisten käyttäjien kokemuksia. Tämä tutkimus tuo sosiaalisesta mediasta käytyyn tieteelliseen keskusteluun mukaan myös yksittäisten käyttäjien ja erityisesti uutistuotannon näkökulmat.

Blogien ja perinteisen median suhdetta tutkineiden Messnerin ja DiStason (2008) mukaan tarvitaan journalismitutkimusta, joka selvittää tiedon kiertoa perinteisestä mediasta blogeihin ja takaisin aiempaa yksityiskohtaisemmin. Lisäksi sisällön muutoksia kierron aikana pitäisi analysoida tarkemmin (emt.). Tiedon, informaation ja uutisten suhde on pysynyt problemaattisena, vaikka tutkimuksiin pohjautuva akateeminen keskustelu on ollut runsasta aiheen ympärillä. Arkipuheessa tiedon ja informaation välillä ei ole eroa, ja tutkijoiden mukaan myös uutisen ero edellä



mainituista on kaventunut (ks. tarkemmin 4.2). Rantanen (2009) on määrittänyt suhdetta tarkastelemalla uutisten uudistumista eri ajanjaksoina keskiajasta 2000-luvun alkuun. Tämä tutkielma täydentää aiempia teoreettisia huomioita tarkastelemalla uutisia ja sirkulaatiota mediaympäristöissä ja uutistuotannossa tapahtuneiden muutosten avulla.

Journalismi kytkee kansalaiset osaksi julkisuutta ja yhteiskuntaa aiempaa monimutkaisemmalla tavalla. Kysymys uutisten olemuksesta ei kosketa vain journalismia vaan laajemmin koko yhteiskuntaa. Yhteiskuntatieteellinen näkökulma korostaa kontekstin merkitystä ja tässä tapauksessa verkkoviestinnän ja uutisten käytön kontekstia (ks. esim. Aula, Matikainen & Villi 2008 [2006]).

Yksittäisen mediatekstin tarkastelu itsessään ei riitä vastaamaan kysymyksiin tiedon ja uutisten sirkulaatiosta eri medioiden kesken ja välillä, sillä verkostoyhteiskunnassa merkitykset syntyvät sosiaalisissa verkostoissa ja toisaalta verkostojen hyödyntäminen uutisjournalismissa on yleistä. Kokonaisvaltaisen näkökulman lisäksi tutkielma vastaa Messnerin & DiStason (2008) esittämään tutkimukselliseen tarpeeseen informaation ja uutisten kierrosta. Nähdäkseni Suomessa on lisätarvetta tutkimukselle blogien lisäksi myös muiden sosiaalisten medioiden osalta. Blogien sijaan tutkimukseni painottuukin sirkulaatioon kansallisesti suosittujen verkostoitumispalveluiden ja perinteisen median välillä.

## 1.2 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Tutkimuksen idea syntyi talvella 2011, kun törmäsin Facebookissa kavereideni Timeline-uudistusta koskeviin statuksiin. Kiinnostukseni heräsi vilkkaan ja tunnepitoisen kommentoinnin myötä. Mietin Facebookin muuttuneita tietosuojakäytäntöjä ja voivatko väitteet tietovuodosta pitää paikkansa. Pian mahdollisesta tietovuodosta kirjoittivat valtakunnalliset mediat verkkosivuillaan. Aloin kartoittamaan sosiaalista mediaa ja sirkulaatiota koskevaa tutkimusta. Kuten tapaustutkimuksille on ominaista, tutkimuskysymykset tarkentuivat prosessin aikana sitä mukaan, kun teoreettinen viitekehys selkiintyi (ks. esim. Haas 2004) ja

samalla myös Timeline-uudistus tapauksena on jäänyt taka-alalle teoreettisten ongelmien noustessa tutkielman keskiöön.

Tiivistetysti tutkimus määrittelee uutisen käsitettä ja selvittää tiedon sirku-laatiota nk. perinteisen median uutisten ja sosiaalisen median kesken ja välillä verkostoyhteiskunnassa. Työ ei ainoastaan kuvaa nykyistä tilannetta vaan laajemmin journalistisen uutistyyön prosesseja ja journalisti-yleisö-suhteen muutosta, ja sen kautta uutisen määritelmän muutosta ja uutistyyön haasteita. Tässä teorialähtöisessä deduktiivisessa tutkielmassa perinteisellä medialla tarkoitetaan valtavirtamediaa eli mediataloja ja joukkotiedotusta, joiden päätuote on (journalistinen) sisältö. Journalismilla viitataan erityisesti uutisjournalismiin.

Sirkulaatio ilmiönä kietoutuu laajasti mediaympäristöjen muutoksiin. Uusi teknologia ei ole luonut maailmaan viestintää, mutta se on muun muassa luonut uusia viestintäkanavia ja työpaikkoja sekä vaikuttanut eri toimijoiden suhteisiin. Tutkijat ovat lähes yksimielisiä siitä, että verkon ja teknologisten innovaatioiden leviämisen myötä on tapahtunut muutoksia, mutta he eivät ole yksimielisiä siitä, millaisista muutoksista on kyse. Digitalisoitumisen ja medialisoitumisen vaikutuksista journalismiin, uutisten laatuun ja laajemmin yhteiskunnan hyvinvointiin on tullut kestopuheenaihe, mutta tästä huolimatta uutisista ja journalismista puhutaan useissa eri merkityksissä. Ennen kuin voidaan pureutua syvällisemmin informaation ja uutisten sirku-laatioon, täytyy uutisen olemusta ja eroa informaatiosta ja tiedosta määrittää käsitteellisellä tasolla. Täten ensimmäiseksi tutkimuskysymykseksi muodostui:

*1. A. Mitä uutiset ovat verkostoyhteiskunnassa? Miten ne suhteutuvat informaatioon ja tietoon?*

*B. Miten uutiset ovat muuttuneet julkaisuvallan laajennuttua mediatalojen ulkopuolelle verkon läpimurron myötä?*

Tutkimustehtävään 1 A. ja 1 B. vastataan tarkastelemalla uutisen olemusta 2000-luvun verkostoyhteiskunnassa. Kirjallisuuskatsauksen lisäksi tehtävän apuna toimii käsiteanalyysi.

Tutkimuksen toinen tehtävä on selvittää, miten informaatio sirkuloi sosiaalisen median ja perinteisen median välillä ja kesken. Tähän ongelmaan pureudutaan teoreettisella ja käytännön tasolla kysymyksen 2 avulla.

*2. Miten tieto sirkuloi sosiaalisen ja perinteisen median välillä verkostoyhteiskunnassa?*

- Mitkä tiedot ja sisällöt sirkuloivat sosiaalisen ja perinteisen median välillä? Miten em. tietoja hyödynnetään sosiaalisessa mediassa ja perinteisen mediassa?*

Apuna perinteisen ja sosiaalisen median suhteen määrittämisessä verkostoyhteiskunnassa käytetään aiempaa sirkulaatiotutkimusta. Lisäksi hyödynnetään ilmiön hahmottamisessa käytännön tapausta: Facebookin Timeline-uudistukseen liittyvää uutisointia ja keskustelua medioissa talvella 2011. Esimerkkiluonteinen tapaustutkimus keskittyy sosiaalisista medioista vilkkaimmin liikennöityihin lukeutuvaan yhteisöpalvelu Facebookiin sekä Helsingin Sanomien ja Iltalehden verkkosivustoihin (ks. tarkemmin luku 8). Timeline-uudistuksen tutkimuksessa käytetään apuna prosessi- ja sisällönanalyysin menetelmiä.

Monimenetelmäisellä otteella tuodaan näkyväksi verkostoyhteiskunnan viestintäyhteyksissä ja -prosesseissa tapahtuneita muutoksia.

## 1.3 Tutkielman rakenne

Tutkimus jakautuu kahteen osaan: Ensimmäinen osaa keskittyy tutkimuksen teoreettisten lähtökohtien, tutkimuskohteen ja keskeisten käsitteiden määrittelyyn. Uutisen käsitteen määrittelyssä hyödynnetään käsiteanalyysia. Luvussa 5 syvennyttään uutisten syntyyn, journalistiseen työhön ja journalistien sekä yleisön rooleihin verkostoyhteiskunnassa. Luvun lopussa vedetään yhteen edellä mainittuihin ilmiöihin liittyviä teoreettisia huomioita - havaintoja ja muutoksia. Luvussa 6 tarkastellaan sosiaalisen median, erityisesti Facebookin, olemusta, herättämää kritiikkiä ja merkitysten syntymistä verkostoissa sekä vaikutuksia lukemiseen.

Tutkielman toisen osan muodostaa esimerkinomainen tapaustutkimus Facebookin Timeline-uudistukseen liittyvästä uutisoinnista sekä siihen liittyvästä keskustelusta facebookkaajien kanssa. Luku 8 etenee tutkimusmenetelmistä aineistoon ja analyysiin, jossa muun muassa kuvataan tapaukseen liittyviä viestintätapahtumia aikajanalla.

Viimeisessä luvussa palataan tutkimuskysymyksiin.

## 2 Tutkimuksen lähtökohdat

Tässä luvussa tarkastellaan tutkielman tietoteoreettisia lähtökohtia, määritetään teoreettinen viitekehys ja kuvataan teorianmuodostuksessa hyödynnettäviä apuvälineitä.

### 2.1 Tietoteoreettiset lähtökohdat

Objektiivisen tiedon ja ”totuuden” tavoittelu on sekä tieteellisen tutkimuksen että uutisjournalismin kulmakiviä. Erilaiset tieteenfilosofiset lähtökohdat kuitenkin vaikuttavat ymmärrykseemme ympäröivästä todellisuudesta ja sen myötä käsitykseksemme, onko objektiivista tietoa ylipäättään mahdollista saada tieteellisessä tutkimuksessa. Tässä yhteydessä ”todellisuus” on tiedoistamme riippumaton ilmiöiden maailma (ks. esim. Berger & Luckmann 2002 [1966], 11–57). Ihmisillä voi olla varmuus eli varma tieto siitä, mitkä ilmiöt ovat todellisia ja tämän pohjalta muodostuu käsitys todellisuudesta.

Moni yhteiskuntatieteissä asemansa vakiinnuttanut suuntaus on nähnyt todellisuuden selitysvoimaisena ydinkäsitteenä representaation käsitteen. Tiivistetysti representaatio esittää tai edustaa jotakin, mikä ei ole läsnä. Representaatio voi siis olla objekti, tila tai ominaisuus, joka viittaa johonkin itsensä ulkopuoliseen. Konstruktivismi näkee, että tieteellinen tieto on sosiaalisten käytäntöjemme ja muiden sosiaalisten rakenteiden ja vuorovaikutuksen muokkaama tuote, ja tällöin myös representaatio on ainakin osin sosiaalinen konstruktio. (Alasuutari 1993; Knuuttila & Lehtinen 2010; Berger & Luckmann 2002 [1966]) Konstruktivistin mielestä tieto todellisuudesta eli maailmasta muodostuu ja

välittyy sosiaalisesti ja kulttuurisesti, joten mitään diskursiivisesti autonomiaa, neutraaleja ”tietämyksiä” ei ole (Berger & Luckmann 2002 [1966], 29–57, 147–212).

Konstruktivismi on saavuttanut keskeisen aseman yhteiskuntatieteissä, mutta esimerkiksi uutisjournalismin tutkimuksessa lähtökohta on ongelmallinen, sillä uutisten oletetaan kertovan faktoja maailmasta ja konstruktivismi kyseenalaistaa sekä objektiivisen tiedon että todellisuuden konseptit (ks. esim. Lau 2012, 887–894). Journalistien käsityksen työstään onkin katsottu usein heijastavan realistista tietoteoriaa (ks. esim. Lau 2004; Lau 2012, 887–894; Kunelius 2004, 21–25), sillä esimerkiksi päättäessään mistä tapahtumista tulee uutisia, tapahtumia pidetään objektiivisinä. Perinteinen semanttinen käsitys representaatiosta on haastettu ja keskusteluihin on noussut mm. käsitys representaatiosta kolmipaikkaisena suhteena mallien, niiden käyttäjien ja niiden kohdejärjestelmien välillä (Knuuttila 2010).

Pragmaattiset lähestymistavat korostavat eri tavalla representaation käyttäjän roolia ja tulkintatilanteen merkitystä representaatiosuhteessa. Pragmaattisen näkemyksen mukaan mikään representaativäline ei kykene itsessään, ilman sen tulkitsevaa käyttöä, representoimaan sille ulkoista kohdetta. Toisin sanoen siitä, mikä tekee lähteestä kohteensa representaation, ei voida sanoa paljon. Totuus on sosiaalinen ja konstruktivistinen, mutta toisaalta ihmiset tulkitsijoina ovat erehtyväisiä. (Knuuttila 2010; Knuuttila & Lehtinen 2010; Kunelius 2004, 152–54, 170–79.) Tämä voisi näkyä journalistisessa työssä siten, että tapahtumia esitetään voimakkaasti tietystä näkökulmasta, mutta samalla korostetaan sen olevan vain yksi käsitys ympäröivästä yhteiskunnasta. Tulkinta ja ”totuus” syntyvät lukijoiden, tekstin ja ympäristön vuorovaikutuksessa.

Tässä työssä tutkittavaa ilmiötä ja empiiristä aineistoa lähestytään sekä pragmaattisesta että faktanäkökulmasta. Faktanäkökulmasta katsottuna tekstejä arvioidaan kriittisesti myös niiden luotettavuuden mukaan, sillä oletetaan, että tekstin tuottajalla tai esimerkiksi haastateltavalla saattaa olla halu harhauttaa tai levittää tarkoituksellisesti väärää tai kuohuntaa aiheuttavaa tietoa. Niin ikään

tutkimuksellisenä lähtökohtana on, että aineistossa esitetty todellisuus on vain yksi kuvaus todellisuudesta. (Alasuutari 1993.)

## 2.2 Teoreettinen viitekehys

Tutkimus tarkastelee uutisten ja informaation rajapintaa, kiertoa ja syntyä internetin sosiaalisissa ja perinteisissä medioissa *verkostoyhteiskunnan* kehityksessä. Ajatus verkottuneesta ympäristöstä korostaa organisaatioiden kasvanutta näkyvyyttä ja riippuvuutta sosiaalisesta vuorovaikutuksesta. Toisaalta organisaatioiden raja ympäristöön on hämärtynyt. (Aula & Åberg 2012.)

Tutkimusaiheen ja -kehysten sovittamisessa osaksi yhteiskunnallista viestinnätutkimusta hyödynnetään verkostotutkimuksen ja sirkulaatiotutkimuksen tarjoamaa käsitteistöä ja havaintoja sekä uutistutkimusta. Tavoitteena ei ole tuottaa perinteistä hyvän ja huonon journalismin akselilla liikkuvaa ja objektiivisuutta arvioivaa journalismintutkimusta vaan tarkastella uutisten laajempaa merkitystä kulttuurina ja osana yhteiskuntaa.

Yhteiskuntaa määrittelevässä akateemisessa ja poliittisessa keskustelussa on ollut pitkään valloillaan näkemys, jonka mukaan informaatioteknologia muokkaa tulevaisuuden yhteiskuntaa, jossa tietämisestä on tullut kilpailutekijä - niin taloudellisesti kuin symbolisesti (Anttiroiko, Aro ja Karvonen 2000, 21–40; Karvonen 2000; Webster 2004 [2002], 23–32).

Manuel Castells (2004; 2011 [2009]) näkee toisen vuosituhannen (tieto)yhteiskunnan verkostomaisena tietoteknologiaan nojaavana yhteiskuntana, jolle on ominaista digitaaliset viestintäverkostot. Tietoteknologia luo perustan sosiaaliselle rakenteelle, jota voidaan kutsua verkostoyhteiskunnaksi. Tämän kaltaisessa yhteiskunnassa viestintä on multimodaalista joukkoviestintää ja horisontaalisissa verkostojen ympärille rakentunutta viestintää online ja offline. Digitaaliselle ajalle on ominaista rakenteellinen tunne jatkuvasta muutoksesta ja pysyvästä vallankumouksesta, vaikka ne eivät aina pitäisikään paikkansa (Deuze 2007, 234–235).

Teknologisen vallankumouksen seurauksia Deuzen (emt.) lisäksi kritisoiva Wittel (2001) näkee verkostojen binäärisen eli kaksisuuntaisen luonteen lähtökohtaisesti ongelmaksi: Hänen mukaansa viestintään ja mobiiliin teknologiaan pohjautuvien prosessien myötä siirrymme kohti *verkostoitunutta sosiaalisuutta*, joka voidaan ymmärtää yhteisöjen ja yhteisöllisyyden vastakohdaksi. Verkostoituneessa sosiaalisuudessa viestintä on pikemminkin tiedon ja kuulumisten vaihtoa kuin syvää, henkilökohtaista tai merkityksellistä viestintää, joka pohjautuu jaettuun ymmärrykseen. Tämänkaltaisessa ympäristössä suhteet perustuvat yhteiseen tai jaettuun kokemukseen tai historiaan. Sosiaalinen suhde rakennetaan uudestaan ja uudestaan projektien tai muiden vaihtuessa. (Wittel 2001).

Vaikka Wittelillä (2001) ja Castellsilla (2011 [2009]) on varsin erilaiset teoreettiset lähtökohdat, molemmat korostavat, etteivät verkostot tai verkostomaisuus ole 2000-luvun keksintö. Vuosikymmenten saatossa siitä on kuitenkin tullut entistä laajempi ja läpinäkyvämpi ilmiö (Wittel 2001). Se, millaista teknologiaa on kehitetty ja kehitetään, muokkaa yhteiskunnan materiaalista rakennetta. Internetin välityksellä verkostot ovat yhtä aikaa globaaleja ja joustavia, mutta ihmiset ovat edelleen paikallaan ja aikaan sidottuja (van Dijk 2005, 38). Tästä huolimatta verkostot rakentuvat elämän fundamentaaleille rakenteille (Castells 2011 [2009], 21), ja täten ne ovat erottamaton osa kaikkia vuorovaikutussuhteitamme, joita pitkin tieto liikkuu. Median käyttö liittyy siis sosiaalisiin suhteisiimme (Heikkilä et al. 2011).

Internet mahdollistaa yksilöiden, yhteisöjen ja yritysten eritasoisen verkostoitumisen, mutta se ei tarkoita, että teknologia olisi ainoa tätä suhdetta määrittävä tekijä tai että se olisi välttämättömyys suhteen muodostumiselle. Teknologian merkitystä tämän uutisten sirkulaatiotutkimuksen kannalta ei tule kuitenkaan vähätellä, sillä tämä tutkielma keskittyy verkon mahdollistamaan viestintään ja toisaalta verkostot rakentavat sisällöille merkityksiä ja yhteisyyttä teknologiaan kytkeytyvien medioiden avulla (ks. tarkemmin luvut 5 ja 6), eli viestien sirkulaatio saattaa vaikuttaa verkoston syntyyn.

Käsitteet informaatio-, tieto- ja verkostoyhteiskunta ovat yhteiskuntateoreettisessa tutkimuksessa verrattain nuoria ja teknologiavärittyneitä. Lisäksi niitä on kritisoitu myös tutkimuksellisen perustan huteruudesta. Joidenkin näkemysten mukaan postmodernit yhteiskuntakäsitteet ovat pitkälti henkilökohtaisten mielipiteiden varaan rakentuneita teknologisesta determinismistä ammentavia utopioita (ks. esim. Anttiroiko, Aro ja Karvonen 2000). Verkostoyhteiskunnan käsitettä puolustava Castells (2004) yhtyy kritiikkiin informaatioyhteiskunnan ja tietoyhteiskunnan käsitteiden kohdalla. Hänen mielestään ne ovat harhaanjohtavia, sillä valta, hyvinvointi ja merkitys yhteiskunnassa ovat kautta aikojen rakentuneet informaation ja tiedon varaan. Informaation arvo on vähäinen, mikäli sitä ei osata soveltaa ja toisaalta tiedon arvo on kulttuuri- ja yhteiskuntasidonnaista. Castells (emt.; 2011 [2009], 18–19; ks. myös luku 4.1) uskoo, että itse asiassa kysymyksessä on väärinkäsitys ja yhteiskuntamääritelmillä on koko ajan tarkoitettu hänen määrittämänsä verkostoyhteiskuntaa, joka rakentuu sosiaalisessa vuorovaikutuksessa muodostuvista globaaleista, kansallisista ja lokaaleista verkostoista.

Ottamatta tämän syvällisemmin kantaa tutkijoiden yhteiskuntateoreettiseen ja -poliittiseen rajanvetoon, tämän tutkimuksen puitteissa verkostoyhteiskunnan käsitettä tulisi lähestyä pikemmin tutkielmaa asemoivana yleisenä viestintäteoreettisena kehyksenä kuin koko globaalia maailmaa ja sen prosesseja selittävänä ainoana totuutena. Erona verkostotutkimukseen on niin ikään tutkimuksen laadulliset teorianmuodostukseen painottuvat menetelmät, kun verkostanalyysi pohjautuu pääasiassa määrällisiin menetelmiin. Tässä tutkimuksessa ei keskitytä niinkään verkoston jäsenten välisiin suhteisiin vaan verkostojen uutisiin ja verkostomaisuuteen käytäntönä ja kulttuurina (ks. käytännöistä esim. Wittel 2001).

Tämän näkökulman tavoitteena on painottaa verkon ja verkostojen tarkastelua elimellisenä osana postmodernia yhteiskunnallista kontekstia, jossa kaupungin tai kansallisvaltion rajat eivät määritä esimerkiksi toimintaamme kuin ennen. Internetin sulautumisen osaksi yhteiskuntaamme voi tiivistää Aulan et al. (2008 [2006], 16) tavoin ajatukseen ”kulttuurimme on verkossa ja verkko on kulttuuria”.



Tässä kulttuurissa verkosto koostuu emergenteistä eli ilmaantuvista viestintäyhteyksistä, jotka ovat hetkellisiä ja muuttuvia. Näitä viestintäyhteyksiä voi tarkastella solmujen välisinä suhteina, jotka vaikuttavat informaation ja uutisten virtaan.

## 2.3 Teorianmuodostuksen apuvälineet

Tämän tutkimuksen teorianmuodostuksessa käytetään hyödyksi käsiteanalyysia sekä prosessi- ja sisällönanalyysia. Kahta jälkimmäistä menetelmää hyödynnetään esimerkkitapauksen analyysissa. Tutkimus ei edusta puhtaasti edellä mainittuja metodologisia perinteitä, mutta monimenetelmäisellä lähestymistavalla uutisten määrittelmää ja sirkulaation ilmiötä päästään tarkastelemaan kattavasti useasta näkökulmasta. Laadullisten menetelmien valintaa ohjasi tutkittavan ilmiön abstrakti luonne ja tutkimuskysymysten asettamat vaatimukset. Seuraavaksi pureudutaan käsiteanalyysiin tutkimusperinteenä. Prosessi- ja sisällönanalyysiin palataan tarkemmin tapaustutkimuksen yhteydessä luvussa 8.2.

Uutisten käsitteen merkitykset poikkeavat lähtökohdiltaan toisistaan yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen sisällä. Tutkimusparadigmat sekä merkitykset ovat muodostuneet erityisessä viitekehyksessä eivätkä ne ole luonteeltaan pysyviä tai vakaita (ks. esim. Paasonen 2008 [2006], 37–38). Käsitteet muuttuvat historiallisesti eivätkä kaikki käsitteet saavuta yhtä laajaa suosiota kuin toiset (emts.). Koska uutisten määrittelyllä on ollut tapana seurata medioiden välisiä erontekoja eikä uutisten merkitys ei ole kiistaton, siihen liitettyjä merkityksiä ja sen suhdetta lähikäsitteisiin selvitetään ja selkiytetään käsiteanalyysin avulla (ks. esim. Puusa 2008). Vaikka käsitteiden analyysi ja merkitysten tarkastelu ei koskaan voi olla täydellistä, käsiteanalyysin tuottaman tiedon avulla on mahdollista ymmärtää käsitteen kuvaamaa kohdeilmiötä (emt.; Kakkuri-Knuuttila 1998), ja sen myötä saada ilmiö ainakin käsitteellisesti hallintaan. Käsitteet ovat varsinkin yhteiskuntatieteissä usein sopimuksenvaraisia, mutta samalla välineitä todellisuuden haltuun ottamisessa (Kakkuri-Knuuttila 1998, 328–367). Käsiteanalyysi voi haastaa olemassa olevat lähtöoletukset ja hallitsevaksi nousseen terminologian (Paasonen 2008 [2006]).

Käsiteanalyysissa sovelletaan Puusan (2008) laatimia tutkimusprosessin vaiheita tutkimuksen vaatimilta osin. Uutisten käsitteen analyysi tukee mielestäni tutkimuksen tavoitetta, selvittää uutisen olemusta verkostoyhteiskunnassa sekä sen kytkeytymistä lähikäsitteisiin eli tietoon ja informaatioon. Erilaisten tulkintatapojen ja kriittisten ominaispiirteiden pohdinta ja nimeäminen auttavat tarkastelemaan uutisten kytkeytymistä verkostoyhteiskuntaan ja journalismin toimintaperiaatteisiin, sekä toisaalta arvioimaan eroja ja yhtäläisyyksiä lähikäsitteiden kanssa.

Yleisesti jaetusta muutoksen tunteesta huolimatta tulevaisuus harvoin on lyhyellä aikavälillä radikaalisti erilainen. Muutosprosessien yksityiskohtien arvioinnin ja suunnan ennustamisessa on avuksi menneen ja nykyisen tarkka ja järjestelmällinen selvitys ja analyysi. Tämä perustuu ajatukseen siitä, että tieteellisen tiedon tuottamisen tärkeimmistä ehdoista on metodin soveltamisen systemaattisuus (Puusa 2008). Tässä tutkielmassa käsiteanalyysi pohjautuu aiempaan tutkimukseen ja tutkittavan käsitteen jo tunnettujen määritelmien pohdintaan. Menetelmään nojataan tämän tutkielman ensimmäisessä osassa ennen tapaustutkimukseen syventymistä.

### 3 Uutiset tutkimuskohteena

Vallankäyttöä ja vaikuttamista tarkastelevissa tutkimuksissa usein korostetaan, että medialla on valtaa päättää mitä julkisuuteen tuodaan ja miten se esitetään (Seppänen & Väliaverronen 2012, 170–208). Perinteinen media käyttää valtaa muun muassa päivän uutisagendan luonnissa, kehystäessään uutisia, valitessaan haastateltavia ja rakentaessaan ulospanoa. Mediaesitysten luominen ja julkaisu eivät kuitenkaan ole ainoastaan mediatalojen käsissä, minkä seurauksena voidaankin miettiä, miten julkaisuvallan laajentuminen on vaikuttanut representaatioihin ja uutisagendaan. Onko verkko vaikuttanut siihen, kuka saa äänensä kuuluviin? Tai mitä ylipäättään nousee julkisuuteen?

Seuraavissa alaluvuissa tarkastellaan lyhyesti uutisten kannalta merkittäviä viestinnällisiä muutoksia, jotka kytkeytyvät pitkälti aiemmin mainittuun julkaisuvallan laajenemiseen ja sitä kautta voimakkaasti joukkoviestinnän ja muun

viestinnän rajapintaan. Aluksi luodaan tiivis katsaus uutisten historiaan länsimaaisessa kontekstissa, minkä jälkeen tarkastellaan uutisten kytkeytymistä vallankäyttöön ensin joukkoviestinnän ja toiseksi yksilöiden näkökulmasta. Luvuissa avataan uutisen määritelmän kantamaa perintöä ja näkökulmia yleisön mahdollisuuksiin osallistua mediajulkisuuteen.

### 3.1 Uutiset ja journalismi

*Uutinen* sanana viittaa suuressa osassa kieliä uutuuuteen. Tämä pätee suomen lisäksi niin englantiin (news), ruotsiin (nyhet) kuin ranskaankin (nouvelles). Rantasen (2009) mukaan mitä uutisilla on kullakin historiallisella ajanjaksolla tarkoitettu, riippuu valloillaan olevasta sosiaalisesti konstruoidusta ajan määritelmästä. Uutisia on aina vaihdettu, mutta uutisen vaellus paikasta toiseen on saattanut kestää jopa vuosia. Journalismintutkimuksessa tutkimuksen keskiössä voi olla uutisen määritelmä, uutisten historia, journalismin lopputuotteet ja niiden suhteet ja niin edelleen. Ennen syventymistä tutkimustehtävän 1 B. esittämään kysymykseen, luodaan tiivis katsaus sanomalehdistön historiaan.

Alkukantaisista kulttuureista keskiaikaan tärkeä tai pyhä informaatio siirrettiin eteenpäin tarinan muodossa – esimerkiksi runoina ja balladeina. Tarinoissa saattoi olla uutistarinoiden rakenteellisia ominaisuuksia, mutta merkityksellistä oli tarinan uutuus kuulijalle sekä muistettavuus ja toistuvuus. Tarinoissa tapahtumien ajankohta ja paikka olivat yhdentekeviä. Tarinat olivat vanhoja, mutta niistä tuli uusia, kun ne kerrottiin uudelle yleisölle. Suullinen tarinointi, runot ja balladit vaihtuivat kaupunkien välillä virranneisiin käsinkirjoitettujen uutisiin, ja 1500-luvun taitteessa ensimmäisiin painettuihin (uutis)lehtisiin. (Rantanen 2009, 9–13; Kunelius 2004, 57–62.) Erona nykyiseen faktapohjaiseen ja ajankohtaiseen joukkoviestintään perustuvaan uutisjournalismin määritelmään oli muun muassa se, että (uutis)lehtisissä faktaa ja fiktiota sekä faktaa ja arvoja sekoitettiin (Rantanen 2009, 10–18; Kunelius 2004, 67–73; Allan 2011 [1999], 43–46).

Modernien sanomalehtien synty ajoitetaan 1800-luvulle, jolloin ensimmäisten uutistoimistojen perustamisen myötä uutisista tuli entistä voimakkaammin

kaupallista toimintaa ja lukija alettiin nähdä yleisönä eikä pelkästään äänestäjänä. (Rantanen 2009, 25–45). Kaupallisen journalismin ytimessä on kertoa, mitä maailmassa tapahtuu tai on juuri tapahtunut (Kunelius 2004, 21). Uutistoimistot yhdistivät paikkoja ympäri maailman, minkä myötä muodostui uudenlainen globaali elektroninen tila, joka hävittää paikan tunnun mutta samalla luo sitä (Rantanen 2009, 56 & 90–91). Nyt uutistoimistojen sijaan globaalin tilan muodostajana toimii verkko ja sen mahdollistamat verkostoitumismuodot.

Kaupallistumisen myötä uutisesta tuli journalismin päätuote – ”pelkistä tosiasioista koostuva tuore ja ytimekäs juttu” (Kunelius 2004, 68–69). Journalismin ideaali alkoi rakentua niin journalistien kuin yleisön mielissä objektiivisuuden varaan. Samalla yleisön kiinnostus alkoi määrittää tekemistä monessa uutisorganisaatiossa (Allan 2001 [1999], 43–44). Vielä ennen 1960-lukua journalismi eli voimakasta reportteriaikaa. Toimittajat raportoivat uutiskynnyksen ylittävistä tapahtumista yleisölle, kuten ne olivat tapahtuneet ja ikään kuin veivät yleisön tapahtumapaikalle. Hiljalleen toimittajan rooli kokijana ja näkijänä muuttui uutistapahtumien havainnoijaksi ja tulkitsijaksi (Albæk 2011).

Journalismin murros kohti uutisteollisuutta voidaan ajoittaa 1980-luvun taitteeseen, kun televisiokanava CNN aloitti ympärivuorokautisen uutiskanavan. Teollisen uutistuotannon perusta ei ole enää maailman tapahtumien seuraaminen ja niistä kertominen, vaan aktiivinen uutisten ja muiden mediasisältöjen tuottaminen. (Seppänen & Väliaverronen 2012, 146–153, 159–164.) Aiemmin uutistoimittaminen oli reaktiivisempaa, kun nykyään tapahtumista halutaan kertoa mahdollisimman varhaisessa vaiheessa - mielellään jo etukäteen (Albæk 2011; Seppänen & Väliaverronen 2012, 146–153).

Sanomalehtien on havaittu lähestyvän ja lähestyneen aikakauslehtiä niin tuotantotavoiltaan kuin ulkoasultaan (Seppänen & Väliaverronen 2012, 146–153). Tällä viitataan niin ikään mainostajien ja sisällön väliseen suhteeseen kuin riippuvuuteen tilaajavirroista. Omistuksen keskittymisen ja ketjuuntumisen myötä myös paikallisiin kiistakysymyksiin puuttuminen ja muista paikallisasioista raportoiminen ovat vähentyneet. Saman konsernin medioiden konvergenssi (Villi

2008 [2006]) on ollut voimakasta, eikä suunta näytä olevan muuttumassa, mikä on herättänyt kritiikkiä niin yleisön kuin journalistien parissa. Journalismin kehitys kohti uutisteollisuutta on hämärtänyt yhteiskunnallisesti relevanttien tietojen paljastamista ja julkisen palvelun tehtävää. (Seppänen & Väliverronen 2012, 160–161).

### 3.2 Uutiset ja valta

Ajatus mediasta neljäntenä valtiomahtina lainsäädäntö-, toimeenpano- ja tuomiovallan rinnalla juontaa juurensa 1700-luvulle. Vallan legitimizeetti perustuu siihen, että toisella uskotaan olevan valtaa. Medialla on runsaasti symbolista valtaa, jonka legitimoivat yleisö. Organisaatiot ja käyttäjät peilaavat itseään ja toimintaansa median jäsentämään julkisuuteen ja sen esittämiin representaatioihin ja rakentamiin puheenaiheisiin. Tämä ei koske pelkästään uutisia vaan kaikkia mediaesityksiä. (Seppänen & Väliverronen 2012, 185–188.)

Valtakysymys kytkeytyy julkisessa keskustelussa voimakkaasti sananvapauteen, demokratiaan, yksityisyyteen ja tätä kautta (joukko)viestinnän sääntelyyn. Keskustelu ei johdu pelkästään akateemisista tai ammatillisista intresseistä, vaan valta- ja vaikutuskysymykset kiinnostavat myös laajemmin yhteiskunnallisia toimijoita. Median vaikutus esimerkiksi vaalituloksiin, hyvinvointiin, lapsiin ja maineeseen ovat nousseet eräänlaisiksi kestopuheenaiheiksi, jotka herättävät voimakkaita tunteita niin yhteiskunnallisessa eliitissä kuin kansalaisissa. Myös tässä tutkimuksessa journalismin ja yhteiskunnan kytkös nähdään voimakkaana: keskustelu uutisista ja journalismista on samalla myös *keskustelua yhteiskunnasta*.

Median vallan koetaan kasvaneen, mutta samaan aikaan lukijoiden luottamus uutisiin on laskenut, minkä nähdään olevan merkki tyytymättömyydestä perinteisen median uutistuotantoon (Karlsson 2011, 281–292). Heikkilä et al. (2012, 163–189) mukaan osa yleisön kritiikistä kohdistuu journalistien tekemiin asiavirheisiin, mutta osan taustalla on näkemyserot journalismista. Luottamuksen ja käytön välillä ei ole selvää yhteyttä (Matikainen 2011), mutta lukijoiden epäluottamus haavoittaa

perinteisen median legitimizeettiä, mikä kuumentaa keskustelua journalismin laadusta entisestään.

Gillmor (2004) näkee journalismin muuttuneen digitalisoitumisen myötä joukkoviestinnästä demokraattisemmaksi ja kansalaislähtöisemmäksi. Niin ikään Horowitzin (2012) mukaan verkon rajattomuuden sisältöjen ja lähteiden suhteen pitäisi edistää demokratian toteutumista. Mediasisältöjen runsaus ei kuitenkaan automaattisesti johda tasa-arvoisempaan viestintään ja läpinäkyvämpään päätöksentekoon. Teknologia ei myöskään itsessään synnytä osallistumista vaan se vaatii pääsyä, tahtoa osallistua ja teknis-kulttuurista osaamista (Horowitz 2012). Yhteiskunnalliset jaot heijastuvat ainakin lyhyellä aikavälillä eri ryhmien mediakäyttöön ja tottumuksiin, mikä puolestaan vaikuttaa muun muassa siihen, missä määrin eri ryhmät pääsevät käsiksi heille tarpeelliseen informaatioon (Heikkilä et al. 2012, 91–97). Verkkojulkaisuteknologiaa voi käyttää myös demokratian vastaisesti, kuten muun muassa parin viime vuosikymmenen aikana tehdyt terrori-iskut ovat osoittaneet.

### 3.3 Uutiset ja osallistuminen

Empiirinen näyttö yleisön osallistumisesta, aktiivisuudesta ja pääsystä mediaan on epäselvä. Esimerkiksi perinteisen valtavirtamedian tukeutuminen eliitin edustajiin tiedonlähteenä on nähty ongelmalliseksi esimerkiksi vähemmistöjen kannalta. Allanin (2011 [1999] 91–93) mukaan monet yksilöt, ryhmät ja liikkeet joutuvat kamppailemaan saadakseen äänensä kuuluviin ilman, että heidän viestinsä tulkitaan ”pehmeiksi uutisiksi” tai trivialisoidaan muulla tavalla.

Matikaisen (2012) mukaan yleisö pystyy esittämään yhteiskunnallisia ja poliittisia näkemyksiään sosiaalisessa mediassa, ja sillä voidaan nähdä olleen vaikutuksia esimerkiksi Suomessa käytyyn maahanmuuttokeskusteluun. Mediat luotaavat lukijoidensa mieltymyksiä lukijatutkimusten ja -palautteen avulla, ja pyrkivät tekemään lukijoitaan eniten kiinnostavia sisältöjä (Seppänen & Väliaverronen 2012, 147; Heikkilä et al. 2012). Lukijoiden jakamat sisällöt ja kommentit sosiaalisissa medioissa on lähes välitöntä palautetta perinteiselle medialle. Matikaisen (2012)

mukaan esimerkiksi yleisön maahanmuuttokriittiset kannanotot ovat siirtyneet pikkuhiljaa muilta foorumeilta perinteiseen mediaan ja politiikkaan eli aktiivisuudella voidaan nähdä olleen vaikutuksia yleisempään poliittiseen agendaan ja sitä kautta median päivittäiseen uutisagendaan.

Sosiaalisessa mediassa kiertävät kannanotot ja näkökulmat vaikuttavat yleiseen mielipiteeseen entisestään, mikäli perinteinen media alkaa kehystää asioita niille suosiollisesti. Kehystämällä tarkoitetaan, miten toimitukset vaikuttavat yleiseen mielipiteeseen ja ajattelutapoihin suosimalla tiettyjä rajouksia ja näkökulmia asioihin (ks. esim. Kunelius 2004, 144; Allan 2011 [1999], 74–77). Toimituksissa tiedot kootaan yleensä koordinoitusti, mutta verkostoyhteiskunnassa uutisia muokataan ja julkaistaan eri välineissä, minkä myötä samat jäsennykset toistuvat päivästä, lehdestä ja välineestä toiseen (ks. esim. Kunelius 2004, 144; Seppänen & Väliaverron 2012, 147).

Verkon voimaannuttava vaikutus koskee Matikaisen (2012) mukaan vain pientä joukkoa, joten jako aktiivisiin ja passiivisiin kansalaisiin on yhteiskunnallisen keskustelun kannalta edelleen ainakin osin perusteltu. Julkisessa yhteiskunnallisessa keskustelussa on usein esillä jokin *vähemmistö*, mutta verkon demokratisoiviin vaikutuksiin liitetystä ihanteista huolimatta näkyvillä oleva vähemmistö on yleensä valtaeliitti. Suuri enemmistö sen sijaan vieraantuu yhteiskunnallisesta keskustelusta, joka kokonaisuutena tuntuu pysyvän melko polarisoituneena. (Matikainen 2012.)

Tästä huolimatta kansalaisten voi nähdä osallistuvan laajemmin päivän puheenaiheiden ja uutisagendan määrittelyyn. Voimakkaasti sirkuloivat uutiset, voivat nousta päivän puheenaiheeksi, joihin perinteinen media tarttuu. Sirkulaatiota voi voimistaa helposti yhdellä klikkauksella tai kommentilla, minkä seurauksena esimerkiksi politiikkaa, taloutta ja oikeutta käsittelevät niin sanotut *kovat uutiset* saattavat jäädä yrityksistä huolimatta pimentoon. Perinteisellä medialla ei ole siis enää yksin yhtä paljon valtaa määrittää, mikä on päivän merkittävin uutinen ja mikä ei, tai sen julkaisut joutuvat kilpailemaan voimakkaammin muun sisällön ja puheenaiheiden kanssa.

### 3.4 Uutiset ja yleisön autonomia

Verkostoyhteiskunnan keskiössä on media. Mediapäätteet kulkevat mukana jokaisena valveillaolon hetkenä ja samalla joukkoviestinnän ja muiden viestintämuotojen rajat ovat hälvenneet entisestään. Medioita ei myöskään vain katsota tai seurata vaan esimerkiksi internetissä ollaan ja eletään. Verkossa tehdään töitä ja opiskellaan, viihdytään ja pidetään yhteyttä. Usein monia verkon käyttötapoja hyödynnetään rinnakkain: kesken gradun kirjoittamisen tarkistetaan, mitä Facebookissa ja maailmalla on tapahtunut tai työpaikan sähköposteja luetaan vapaapäivänä aamukävelyllä.

Castellsin (2011 [2009], 64) mukaan verkko on vaikuttanut joukkoviestintään myös siten, että medioiden on huomioitava aikatauluttomuus entistä paremmin. Ohjelmien ja muiden mediapakettien toimitus ja vastaanotto ovat yksilöllistyneet ja joidenkin visioiden mukaan esimerkiksi televisio-ohjelmat tulevat tulevaisuudessa olemaan täysin irrallaan ohjelmistosta. Median käyttö ja tuotanto saattaa muuttua entistä käyttäjälähtöisemmäksi ja autonomisemmaksi, kun sitä on aiemmin määrittänyt ensi sijassa olemassa oleva tarjonta (Seppänen & Väliverronen 2012, 131–138).

Käyttäjät voivat luoda oman lokaaleihin ja globaaleihin verkostoihin kytkeytyvän joukkoviestintäsystemin hyödyntämällä blogeja, pikaviestimiä, podcastejä, wikejä, ja niin edelleen. Henkilöltä toiselle -logiikkaan nojaavat verkostot mahdollistavat kaikenlaisen digitaalisen sisällön sirkulaation, sekoittamisen (engl. mixing) ja uudelleen muotoilun (engl. re-formatting). Castells (2011 [2009], 65–70) viittaa digitalisoitumisen ja verkon työkalujen kehityksen mahdollistamaan viestintään käsitteellä *yksilöiden joukkoviestintä* (engl. mass self-communication, ks. tarkemmin luku 6.1.). Tällä tutkija viittaa tilanteeseen, jossa käyttäjä voi itse tuottaa, ohjata ja valita sisältöjä. Lisäksi henkilökohtainen viesti, kuten YouTube-video tai osuva argumentti, voi potentiaalisesti saavuttaa miljoonayleisön (ks. esim. Castells 2011 [2009], 54–136, Gillmor 2004).

Kuten aiemmin on mainittu, sosiaalisen median käyttö limittyy sosiaalisiin suhteisiimme. Median ja verkon käyttö ylipäättään on myös osa arkirutiineitamme



(ks. myös Baym et al. 2004). Aikanaan näihin rutiineihin on kuulunut voimakkaasti kotiin kannetun aamun sanomalehden lukeminen ja iltauutisten katselu perheen kanssa. Sitten digitalisoitumisen myötä median käyttö on irtautunut yhteisistä, säännöllisistä aikatauluista ja katselukokemuksista (ks. rutiineista esim. Heikkilä et al. 2012, 108–119), mutta näkemykseni mukaan media edelleen luo jatkuvuutta. Yhtä uutista täydentää toinen juttu, joka tarjoaa esimerkiksi uuden näkökulman alkuperäiseen tai taustoittaa tapahtumia kertomalla aiemmista vastaavista tapahtumista. Syntyy useista uutisista koostuvat uutistarina tai mediapaketti.

Mediakokemus voi edelleenkin olla *jaettu kokemus*, vaikka sitä ei jaettaisi samalla hetkellä tai fyysisesti samassa paikassa. Esimerkiksi uutisen ympärille voi muodostua mediakokemuksen myötä yhteisö, vaikka yksi lukisi uutisen matkapuhelimensa applikaatiosta ja toinen kuulisi sen työpaikallansa radiosta. Tämä kuitenkin vaatii sen, että uutisaihe saavuttaa riittävästi yleisöä. Kriittisen yleisömäärän arviointi on kuitenkin haastavaa, sillä siihen vaikuttaa omat verkostot ja preferenssit sekä omien verkostojen preferenssit.

Merkityksellistä on se, mitä tapahtuu uutisen vastaanotossa, sosiaalisissa verkostoissa. Kokemukseen on todettu vaikuttavan yksittäisten juttujen tai median sijaan *intermediaalisesti* moninaisesta uutisten, haastattelujen, kannanottojen ja viihdetuotannon verkostosta, jota voi käyttää ja johon voi suhtautua lukuisilla tavoilla (Herkman 2010, 6-7; tässä Heikkilä et al. 2012, 139–140). Toiminta ei ole siis lähtökohtaisesti poissulkevaa vaan pikemminkin toisiaan täydentävää.

### 3.5 Yhteenveto uutisista tutkimuskohteena

Kaupallistumisen myötä uutisista tuli journalismin päätuote. Faktapohjainen ja ajankohtainen juttu on joutunut haasteen eteen globalisoitumisen, konvergenssin ja teknologisten kehitysaskeleiden myötä. Mediakäytön arkirutiinit ovat muuttuneet historiallisesti, erilaisia mediavälineitä on yhä enemmän, eivätkä kansalaiset ole enää niin riippuvaisia julkaisu- tai lähetysaikatauluista. Digitaalisten sisältöjen sirkulaatio on voimakasta ja nopeaa. Näiden tekijöiden on nähty vaikuttavan muun muassa kansalaisten osallistumiseen ja demokratian

toteutumisen sekä toisaalta median ja kansalaisten valtaan sekä yhteiskuntaan kytkeytymiseen, mikä on herättänyt laajaa kiinnostusta akateemisessa yhteisössä.

Tämänkaltaisen vapautuminen on asettanut toimittajakunnalle, yleisölle sekä tutkijoille uudenlaisia haasteita ja mahdollisuuksia. Tämän tutkimuksen kannalta edellä kuvatut tutkijoiden havainnot muutoksista ovat mielenkiintoisia myös sikäli, että ne ovat myös havaintoja yhteiskunnan muutoksista. Uutisen määritelmä on muuttunut historiallisesti, ja sosiaalisesti konstruoidut käsitteet kuvaavat aina jollain tavalla omaa aikaansa. Aikalaistutkimuksen ongelmana onkin muutosten pysyvyyden arviointi. Verkostoyhteiskunnassa muutosten laajuuden ja koskettavuuden arviointi on niin ikään haasteellinen, sillä kuten mainittu, yleisöt ovat entistä pirstoutuneempia ja toisaalta median erikoistumistrendin on nähty osin laantuneen monitasoisen konvergenssin myötä. Samoja uutisia kierrätetään hieman erimuodoissa välineestä toiseen.

## 4 Keskeiset käsitteet

Tässä luvussa määritellään tutkimuksen kannalta keskeisiä käsitteitä: tietoa ja informaatiota, uutisia, verkostoja sekä sirkulaatiota. Tieto ja informaatio nähdään uutisen lähikäsitteinä (ks. luku 2.3 ja 4.1), sillä ne on vakiintuneesti liitetty uutisen käsitteeseen ja niihin on liitetty samoja ominaisuuksia.

Kahdessa ensimmäisessä alaluvussa käsitellään tietoa, informaatiota ja uutisia sekä niiden sekoittumista toisiinsa sekä tapahtumiin ja lähteisiin. Alaluvuissa 4.3 ja 4.4 syvennyttään sirkulaatioon ja verkostoihin uutisten näkökulmasta. Tämän avulla pyritään selventämään tutkimustehtäviä 1A ja 1B, jotka selvittävät uutisten olemusta, suhteutumista tietoon ja informaatioon sekä uutisiin liittyviä muutoksia. Viimeisessä alaluvussa vedetään yhteen huomioita käsitteistä.

### 4.1 Tieto ja informaatio

Tieto (engl. knowledge) ja informaatio (engl. information) eivät ole käsitteinä yksioikoisia. Zhang Yuexiao (1988; tässä Webster 2004 [2002], 28–29) on laajassa tutkimustyössään tunnistanut kaikkiaan 400 erilaista informaation määritelmää eri

tieteen ja kulttuurin aloilta. Suomenkielisessä keskustelussa informaatiosta ja tiedosta puhutaan usein rinnakkain eikä niiden välille tehdä eroa, mikä tekee keskustelusta usein sekavaa ja harhaanjohtavaa (Karvonen 2000; 2005). En pureudu syvällisesti eri määritelmien eroihin, mutta avaan informaation ja tiedon käsitteiden ominaispiirteitä tämän työn kannalta tarpeellisessa laajuudessa.

Tiivistetysti ilmaistuna *informaatio* on tietoa laajempi käsite, ja se edellyttää jonkinlaista viestintää. Henkilö sen sijaan voi tietää ilman, että hänelle on asiasta viestitty. (Karvonen 2000, 83–87.) Karvosen (2005) määritelmän mukaan *tieto* on semanttista ja pragmaattista informaatiota, joka kertoo jotain maailmasta. Tästä näkökulmasta katsottuna informaatio on jollakin tavalla tunnistettavaa, organisoitua ja usein viestittyä dataa tai ideoita. Informaatiolla täytyy olla jokin merkitys tai sitä käytetään merkityksellisellä tavalla. (Webster 2004 [2002], 28–32). Merkitys voi olla myös symbolinen. Informaation tai tiedon paikkansapitävyydellä tai virheellisyydellä ei ole väliä, sillä siitä voi yhtä lailla tulla osa sosiaalisesti hyväksyttyä todellisuutta (Berger & Luckmann 2002 [1966], 11–14).

Toinen koulukunta puolestaan lähestyy informaatiota insinöörimäisestä näkökulmasta, jolloin karkeasti ottaen tieto on jotain mitä lasketaan. Tietoyhteiskunnan määrittelyssä hyödynnetään esimerkiksi tunnuslukuja, jotka esimerkiksi kertovat, kuinka moni työskentelee tietotekniikka-alalla. Tällöin informaation määrittelyn painopiste on lopputuotteen sijaan prosessissa eli mitä ihmiset tekevät sen sijaan mitä he tuottavat. (Webster 2004 [2002], 23, 26–28).

Tutkielman luonteesta ja tutkimuskysymysten asettamista rajoituksista johtuen toimijoiden aseman tai ammatin arviointi ei ole relevanttia vaan tietoa lähestytään semanttisesta ja pragmaattisesta näkökulmasta jälkimmäistä painottaen. Karvosen (2000, 98) mukaan semanttisella informaation tasolla voidaan tarkastella, miten informaatio ”viittaa maailman asiantiloihin”. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että semanttinen lähestymistapa tarkastelee, miten paljon tai vähän hyödyllistä informaatiota tarjotaan. Semanttinen lähestymistapa siis tarkastelee esimerkiksi lauseiden informatiivisuutta.

Nauta (1972) kuitenkin huomauttaa, että semanttisuuden irrottaminen pragmatismista on keinotekoinen abstraktio. Nautan (emt.) mukaan pragmatismi on kiinnostunut tietoprosessien funktionaalisista eli tavoitteellisista merkityksistä - pragmaattinen informaatio on ihmisten toiminnan ja tavoitteiden kannalta merkityksellistä informaatiota. Se mahdollistaa rationaalisen toiminnan, mutta se ei välttämättä ole ainoa tavoitetilän saavuttamiseen vaikuttava voimavara (Karvonen 2000, 91–108).

FRISCO-ryhmän (1996) semioottisiin portaisiin viitaten Karvosen (2000, 91–108) mukaan semanttisen tason informaatio kytkeytyy merkityksiin, väittämiin, pätevyyteen, totuuteen, merkityksellistämiseen kun taas pragmaattinen informaatio toiminnan tavoitteisiin, intentioihin, viestintään, keskusteluun ja neuvotteluihin. Pragmaattisen informaation perusta on semanttisella ja sitä alemmilla tasoilla. FRISCO:n jaottelussa pragmaattista tasoa ylemmäksi nousee ainoastaan sosiaalinen maailma, kun taas Nautan jaottelussa pragmaattinen taso on ylin taso.

Pragmaattisen tietoteorian eli pragmatismien oppi-isänä pidetään semiootikko Charles S. Peircea (1839–1914), jonka näkemysten mukaan tieteelle syntyy merkitys vasta kun niitä sovelletaan käytännössä. Pragmatismien ydinajatus kietoutuu Peircen (2001) näkemykseen, jonka mukaan mielessämme virinneellä idealla ei ole muuta tehtävää kuin vaikuttaa toimintaamme. Asioiden ja olioiden merkitys syntyy niiden mahdollisista, ajateltavissa olevista seuraamuksista (Kunelius 2004, 171). *Tulkinnat* syntyvät siis käytännöissä ja niiden konteksteissa. Tämän pohjalta tässä tutkimuksessa tarkastellaan tekstien lisäksi niistä muodostuneita tulkintoja.

Semioottisen lähestymistavan ongelmana on tulkinnanvaraisuus. Informaatioon liitetään usein uutuuden vaatimus (ks. Karvonen 2000 84; vrt. luku 2.4), mutta koska asioiden merkitys syntyy monimutkaisten ja tiedostamattomien päätelmien ja tulkintojen seurauksena, jokin toiselle merkityksellinen informaatio saattaa olla toiselle merkityksetöntä. Se, miten informaatio vaikuttaa henkilön tietoihin, on niin ikään riippuvaista pohjatiedoista ja informaation lähteestä sekä laajemmin todellisuuskäsityksestä. Tieto on irronnut informaation esittämisen tilanteesta

itsenäistetyksi sisällöksi (Kunelius 2004, 54). Informaation ja tiedon rajojen, luonteen sekä vaikutusten tarkka määrittely on siis haastavaa, mutta semanttisen ja pragmaattisen tason erottelun avulla on valotettu käsiteparin ominaispiirteitä tutkimuskysymysten ja -aiheen kannalta relevantilla tavalla.

## 4.2 Uutinen

Perinteisesti uutiset on erotettu tapahtumista ja lähteistä. Myöhemmin erotteluun on otettu mukaan informaatio. (Rantanen 2009.) Karvosen (2000, 83–84) mukaan informaatioon liitetään uutisuuden vaatimus eli informaatio käsitetään uutiseksi, mutta Rantasen (2009, 17) määritelmän mukaan uutinen ja informaatio eroavat toisistaan siten, että uutiset ovat informaatiota, kunnes ne on jaettu jonkun toisen kanssa. Kun informaatio jaetaan henkilön kanssa, joka ei tiennyt siitä aiemmin ja tunnistaa sen uutisuuden, syntyy *uutistarina*. Vanhoistakin tapahtumista voi siis tulla uutisia, mikäli tapahtumat tai osa informaatiosta eivät ole olleet yleisön tiedossa aiemmin (Rantanen 2009, 16–17).

Erottelu uutisen, informaation, lähteen ja tapahtuman välillä on nykyään yhä vaikeampaa, ja teknologisten kehityssaskelien sekä uutistuotannon rakenteellisten muutosten myötä niistä on tullut lähes yhtä. Tapahtumat järjestetään ja uutisoidaan usein etukäteen, informaatiota on joka puolella, ja se on usein muotoiltu uutisten muotoon. Uutislähteenä voi toimia lähes kuka tahansa, ja uutisvirtaa voi seurata 24 tuntia vuorokaudessa. *Teknologinen konvergenssi* on moninkertaistanut tavat, joilla uutisia kerätään ja siirretään sekä yhdistänyt vanhoja muotoja uusiin. (Rantanen 2009; 3, 75, 113.)

Albækin (2011) mukaan hyvän uutistarinan ei ole tarkoitus pelkästään kuvata tapahtumia (uutinen itsessään) vaan ottaa huomioon erilaisia näkökulmia tapahtumiin – selittää taustoja, arvioida merkitystä ja jopa mahdollisia tulevaisuuden seurauksia. Tapahtumia voi havainnoida, kuvata ja kuvailla sekä julkaista kuka tahansa (Albæk 2011; Ward 2002; Seppänen & Väliaverronen 2012, 131–138).

Crawfordin (2011) mukaan olemme siirtymässä hajautuneempaan uutisten, juorujen, henkilökohtaisten otsikoiden ja jaettujen tunteiden *sosiaaliseen ekosysteemiin*. Mitä lasketaan uutiseksi ja mitä ei, tulee muuttumaan. Uutistarinoiden lisäksi uutisiin liittyvistä keskusteluista tulee osa uutista, ja ne poikivat lisää uutistarinoita (emts. 128; Korpiola & Nikkanen 2012). Russell (2011) kuvaa muutosta siirtymänä *henkilökohtaisesta sosiaaliseen*. Tutkijan mukaan vielä 2000-luvun alussa retoriikassa oli valloillaan ajatus verkkouutisten personoimisesta, mutta nopeasti sosiaaliset verkostot ja sosiaalinen lukeminen ovat nousseet keskustelun keskiöön (ks. myös luku 6.5).

Uutisiin liitetään *uutuuteen* liittyviä odotuksia, mutta nykyisessä mediamaisemassa perinteinen uutisen määritelmä on tullut haastetuksi, sillä uutuus on vain hetkellistä. Uutiset menettävät ajattomuutensa, alkuperäisyytensä ja arvonsa lähes välittömästi, joten niitä on alettu toistaa tiuhaan, mikä on osaltaan syventänyt kierrettä ja kumentanut uutistuotantoa entisestään (ks. esim. Rantanen 2009; Karlsson 2011, 279–282, 286; Korpiola & Nikkanen 2012).

Määrä ei kuitenkaan automaattisesti tee uutisista moniäänisempiä tai ”laadukkaampia”, eikä niiden löytämisestä aiempaa helpompaa. Fentonin (2010, 9) mukaan tilanne voi olla jopa päinvastoin: tiedon löytäminen verkkosivustoilta ja hakupalveluista on entistä haastavampaa. Tieto on pirstoutunut, ja tiedon kokoaminen vaatii muun muassa navigointitaitoa ja erilaisten käyttöliittymien tuntemusta. Fentonin (2010) havainto tukee Russellin (2011) näkemystä siitä, että sosiaalisten verkostojen merkitys uutisten ja tiedon leviämisen kannalta on korostunut. Omien verkostojen kautta voi ajatella saavansa itsensä kannalta oleelliset uutiset.

Merkittävin uutisiin liittyvä muutos kuluneen kymmenen vuoden aikana on niiden vanhentuminen hetkessä ja henkilökohtaisuuden korostuminen suhteessa sosiaaliseen lukemiseen. Toisin sanoen, perinteinen kärkeäkolmion varaan rakennettu uutinen elää vain hetken, mutta se voi saada toisen elämän esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

Lievrouw ja Livingstone (2004 [2002]) ajatusta mukaillen, viestien tai uutisten arvo ei perustu enää niiden sisältämään tietoon vaan myös siihen, miten paljon uutista voi jalostaa, kierrättää ja prosessoida. Toisin sanoen uutisen arvoa lisää se, että siitä syntyy esimerkiksi keskustelua julkaisualustan keskustelufoorumien lisäksi muissa verkostoissa ja sitä jaetaan muille verkostoille esimerkiksi Facebookissa tai Twitterissä. Uutisten merkitys syntyy siis käytätavoissa ja tulkinnoissa. Tulkinnat heijastavat yksilöllisten tietojen, taitojen ja asenteiden lisäksi yhteiskunnallisia arvoja ja tulkintoja – verkoston ideologiaa.

## 4.3 Sirkulaatio

Viestintää voidaan ajatella viestien siirtona, mutta se voi olla myös rituaali eli seremoniaalinen prosessi, joka vetää yhteen samoja uskomuksia tai ajatuksia jakavia ihmisiä. Rituaalit tuottavat (kuviteltua) *yhteisöllisyyttä* (ks. esim. Sumiala & Tikka 2011), jonka synnyn kannalta tärkeänä elementtinä voidaan pitää esimerkiksi mediadiskurssien sirkulaatiota (Spitulnik 1997, 165). Sirkulaatiossa on yksinkertaisimmillaan kyse viestien sosiaalisesta kierrätyksestä ja lainaamisesta (ks. esim. Hakala 2009, 125; Korpiola 2011; Sumiala 2008; Sumiala & Tikka 2009). Kun tiettyä tapahtumaa tai asiaa koskevat tiedot sirkuloivat medioissa, uutinen nousee (digitaalisen) julkisuuden keskukseen (Korpiola 2011, 19).

Valtavirtamedia ei ole kuitenkaan välttämättömyys sirkulaation kannalta, sillä informaatiota ei tarvitse kierrättää minkään tietyn keskuksen kautta. Internetiä leimaa käyttäjältä toiselle -periaate, mikä mahdollistaa informaation sirkulaation solmujen välillä myös ilman valtavirtamedian avustusta. (Quandt ja Singer 2009; Aula, Matikainen ja Villi 2008 [2006]; ks. myös luku 6.4.) Sirkulaatio ei ole uusi ilmiö, mutta viestintäympäristössä on tapahtunut sirkulaatioon vaikuttava muutos, joka sallii viestien nopean kierrätyksen monille eri verkostoille ja laajalle yleisölle. Mobiili ja online media vaikuttavat siihen, miten uutisia luodaan, kuunnellaan, katsotaan ja kierrätetään (ks. esim. Russell 2011).

Sirkulaatiosta puhuttaessa yleisöt ja yhteisöt nähdään aktiivisina. Esimerkiksi Spitulnikin (1997, 165) mukaan median yleisöt ovat aktiivisesti mukana

mediatekstien ja -viestien tulkinnassa. Myös tässä tutkimuksessa halutaan kiinnittää huomiota eri toimijoiden aktiivisuuteen ja verkostojen vaikutuksiin tulkintojen muodostamisessa. Ihmiset muodostavat oman tulkintansa viestien sisällöstä vuorovaikutuksessa sosiaalisten verkostojensa kanssa (Heikkilä et al. 2012, 217–224, 266–275). Viestit, informaatio ja tulkinnat sirkuloivat sosiaalisen median käyttäjien ja uutisten tuottajien kesken ja välillä. Journalistit ovat riippuvaisia informaatiosta, joten informaation sirkulaatiolla on suoria ja epäsuoria vaikutuksia myös journalistisiin käytäntöihin (ks. esim. Phillips, Couldry & Freedman 2010).

2000-luvun ensimmäisellä ja toisella vuosikymmenellä vain osa median kanssa vietetystä ajasta on yleisönä olemista ja vastaanottoa. Yhä merkittävämpi osa on tekemistä: jakamista, lataamista, kommentointia, editointia ja luomista (Merrin 2009, 24; vrt. luku 6.4). Nykyisin yleisön on aiempaa helpompaa osallistua median kiertokulkuun, vaikka he eivät tuottaisikaan sisältöjä aktiivisesti (Villi 2011, 52).

Käyttäjät ovat toisiinsa kytkeytyneitä ja verkottuneita (Jenkins 2004, 37–38), joten myös yleisöillä voi olla yleisöjä (Napoli 2009). Tämä tarkoittaa siis sitä, että yhden verkoston sisältä voi löytyä lisää verkostoja ja yksi jäsen voi kuulua useisiin verkostoihin, kun kytköksiä tarkastelee tarkemmin. Sisällöt saattavat sirkuloida pienessä joukossa, mutta joskus ne sirkuloivat joukosta toiseen ja siten laajemmalle yleisölle. Viestien leviämistä verkostoissa (ks. myös luvut 6.4 ja 6.5) edistää teknologiset innovaatiot, joiden myötä esimerkiksi sisältöjen horisontaalinen jakaminen eli *kuratointi* on helpottunut. Kuratointi<sup>4</sup> voi lisätä viestien kiertoa huomattavasti (Villi 2011), mistä käy esimerkkeinä laulaja Michael Jacksonin kuolemaan liittyvien suru-uutisten tai arabikevääksi kutsutun kansannousujen aallon leviämisestä nopeasti laajalle sosiaalisissa medioissa.

Sirkulaatio voidaan valjastaa esimerkiksi organisaation tai muun yhteisön viestintään. Muun muassa aktivistipiirit ovat tuoneet julkisuuteen vaihtoehtoisia näkemyksiä ja analyyseja ajankohtaisista tapahtumista, mitkä ovat lähteneet

---

<sup>4</sup> Kuratoinnissa on ”kyse sekä linkkien [--] kokoamisesta että suoraviivaisemmasta sisältöjen jakelusta [--]” (Villi 2011, 50). Linkkaamalla, suosittelemalla ja uudelleen twiittaamalla yleisö arvottaa, kritisoi ja valikoi sisältöjä tutuilleen ja seuraajilleen. Tällaista perinteisen median ja yleisön yhteistoimintaa voidaan kutsua sosiaalisesti kuratoinniksi (ks. Villi 2011).



kiertämään verkossa päätyen jopa valtamedian uutisagendalle (ks. esim. Korpiola & Nikkanen 2012; Russell 2011, 41–44). Korpiolan ja Nikkasen (2012, 50–51; 95–96) mukaan sosiaalinen media yhdisti Pohjois-Afrikan ja Lähi-idän kansannousut kansainvälisesti ja muutti tiedonkulun reittejä. Yleisön, toimittajien ja aktivistien *roolit* sekoittuivat, kun aktivistit ohittivat toimittajat uutisagendan *portinvartijoina*. Toisaalta uutiset vanhenivat nopeammin kuin koskaan aiemmin (Korpiola & Nikkanen 2012, 96).

Sirkulaatio ei liity pelkästään ideoiden, ihmisten ja viestien liikkeeseen vaan laajempaan *kulttuuriseen prosessiin*, jonka avulla voimme ymmärtää aiempaa syvällisemmin medialisoituneen viestinnän syklistä ja mobiilia luonnetta (Lee & LiPuma 2002). Kyse ei ole siis pelkästään kuvien ja tekstien konkreettisesta kierrättämisestä vaan digitalisoituneeseen verkostoyhteiskuntaan monitasoisesti kiinnittyvästä ilmiöstä, prosessista, johon liittyvät omat sosiaalisesti konstruoituneet lainalaisuutensa ja ominaispiirteensä (emt). Sirkulaatio on pikemminkin käsitteellinen teema kuin teoreettinen malli. Sirkulaatioon liittyy ajatus jatkuvuudesta, mikä tekee ilmiön alku- ja päätepisteen määrittämisestä haasteellista.

## 4.4 Verkosto

Verkosto voidaan ymmärtää metaforisesti, jolloin verkostolla viitataan useimmin hajautettuihin usean toimijan *ei-hierarkkisiin sosiaalisiin järjestelmiin* (Johanson, Mattila & Uusikylä 1995). Tiedon sirkulaatiota tutkittaessa on tärkeää ymmärtää nykyisen viestintäkentän ominaispiirteitä, joten verkostojen ja verkostomaisuuden tarkempi teoreettinen määrittely on paikallaan.

Analyttisen systeemiteorian mukaan verkosto on joukko toisiinsa kytkeytyneitä *solmuja*. Osa solmuista on toisia tärkeämmässä asemassa eli merkittävämpiä. Solmut toimivat ja ovat olemassa osana verkostoa, joten toimintayksikkö on verkosto, ei solmu (Castells 2011 [2009], 19–20). Verkostoajattelua hyödynnetään monella tapaa myös viestinnässä. Castellsin (emt.) mukaan sosiaalisessa maailmassa verkostot ovat viestintäverkostoja, jossa viestit ja informaatio virtaavat

solmujen välillä. Solmu voi olla yksilö, ryhmä, organisaatio, valtio ja niin edelleen riippuen siitä, minkä verkoston tasolla liikutaan. Toimija voi kuulua useampiin verkostoihin samaan aikaan. Toisaalta jokainen toimija on jossain vaiheessa ulkopuolinen johonkin tiettyyn verkostoon nähden (Burt 2011 [2010], 192; Castells 2011 [2009], 19–21).

Sisäpiiriläisen ja ulkopuolisen eron määrittävät verkoston jäsenet. Yhteenkuuluvuuden tunnetta voimistetaan kertomuksilla siitä, ketä me - verkoston jäsenet - olemme (Burt 2011 [2010], 192–193). Verkostoilla ei ole kuitenkaan pysyviä rajoja tai keskustaa. Ne voivat laajeta tai supistua riippuen verkostojen välisistä valtasuhteista, kilpailusta, intresseistä ja vallasta (Castells 2011 [2009], 19). Kaikki solmut eivät kuitenkaan ole yhtä merkityksellisiä verkoston kannalta, mutta solmu voi kasvattaa merkitystään verkostossa hankkimalla relevantimpaa informaatiota ja prosessoimalla sitä tehokkaammin (Castells 2004). Tämä voi tarkoittaa käytännössä esimerkiksi Facebook-verkostossa mielipidejohtajaksi nousemista.

Burtin (2011 [2010], 193) mukaan verkosto saattaa myös muuttua, mikäli jäseniksi haluavat etsivät ja alkavat levittää ikäviä tarinoita verkostosta. Nämä tarinat alkavat sirkuloida, mikä voi vaikuttaa verkoston arvoihin ja jäsenten *sitoutumiseen*. Näkisin kuitenkin, että nykyisenkaltaisissa verkostoissa sitoutuminen tai aktiivisuus ei välttämättä ole ehtoja verkostoon kuulumiselle. Esimerkiksi tuoreiden Facebook-kavereiden suhde saattaa jäädä suhteen solmimisen jälkeen passiiviseksi, mutta jokin heitä yhdistävä tapahtuma saattaa aktivoida verkoston jäsenet ja jopa luoda yhteisön tietyn aiheen ympärille. Yhteisö saattaa olla olemassa vain lyhyen ajanjakson, kuten tietyn verkostoa liikuttavan uutisaiheen elinkaaren verran. Näiden suhteiden muodostumisen ja rakenteiden ymmärtäminen auttaa jäsentämään monimutkaista verkostoitunutta maailmaa (ks. esim. Barabási 2003).

Verkosto käsitteenä kytkeytyy yhteiskuntateoreettiseen ja -poliittiseen keskusteluun, jossa jälkiteollinen yhteiskunta tai tietoyhteiskunta nähdään maatalousyhteiskuntaa ja teollisuusyhteiskuntaa seuranneena sivilisaation muotona (Anttiroiko, Aro ja Karvonen 2000, 21–40). Verkostonäkemykseen

kytkeytyy ajatus joustavuudesta ja suhteiden merkityksestä, mutta samalla ajatus rajattomuudesta. Kuten aiemmin mainittiin, verkostolla ei ole pysyviä rajoja eikä se välttämättä ole riippuvainen sosiaalisesti ja poliittisesti konstruoituneista hierarkioista eikä siten esimerkiksi kansallisvaltioiden rajoista.

## 4.5 Yhteenvedo keskeisistä käsitteistä

Informaation, tiedon ja uutisen käsitteet tulevat lähelle toisiaan. Arkipuheessa erityisesti informaatiota ja tietoa käytetään toistensa synonyymeinä. Tässä tutkielmassa kahden jälkimmäisen merkittävin ero on siinä, että informaatio edellyttää jonkinlaista viestintää, mutta tieto on eriytynyt itsenäiseksi esittämisen tilanteesta. Tieto kertoo jotain maailmasta, mutta sen merkitys eli tulkinta syntyy yhteiskunnan sosiaalisissa verkostoissa ja niiden käytännöissä ja konteksteissa.

Uutinen sisältää kuulijalleen tai näkijälleen merkityksellistä ja mahdollisesti uutta tietoa. Uutisen tulkintaan vaikuttavat henkilökohtaisten ominaisuuksien, osaamisen ja tietojen lisäksi verkostot, joiden jäsen henkilö on. Erityisesti nuorten sukupolvien keskuudessa sosiaalisten verkostojen merkitys uutisten lähteenä ja tulkitsijoina on korostunut.

Verkostoyhteiskunnassa yhä merkittävämpi osa mediakäytöstä ei ole vain lukemista vaan myös tekemistä, jakamista, olemista ja elämistä. Se, miten uutisia luodaan, jaetaan, kuunnellaan ja koetaan, muuttuu. Näiden muutosten hahmottaminen ei ole merkityksellistä vain uutisen olemuksen ja muutosten hahmottamiseksi, vaan myös sirkulaation ilmiön ymmärtämiseksi.

## 5 Uutiset verkstoyhteiskunnassa

Digitaalinen julkisuus on perinteisen median, sosiaalisen median, hakukoneiden ja uusien mediasovellusten muodostama julkinen tila, jossa erilaiset toimijat ja intressit kohtaavat (Korpiola 2011). Tarkastelemalla digitaalista julkisuutta tai mediajulkisuutta lähempää, voi havaita sen koostuvan itse asiassa useista eritasoisista ja toisiinsa limittyvistä julkisuuksista. Tämän tutkimuksen keskiössä

ovat perinteisen ja sosiaaliseen median sekä erilaisten verkostojen muodostamat julkisuudet.

Tässä luvussa kuvataan ja pohditaan, miten sosio-kulttuuriset ja taloudelliset muutokset ovat vaikuttaneet uutisten syntyyn sekä toimittajien ja yleisön rooleihin. Ensimmäisessä alaluvussa keskitytään kahden ensimmäisen tutkimuskysymyksen kannalta olennaisiin seikkoihin, kuten journalismin ideologian ja käytäntöjen vaikutuksiin ja verkkoon kytkeytyviin ongelmatilanteisiin ja mahdollisuuksiin esimerkiksi tiedonhankinnan ja -leviämisen kannalta. Alaluvussa 5.2 syvennyttään yleisön rooliin ja lopuksi vedetään yhteen teoreettisia havaintoja ja tutkielman kirjoittajan huomioita siitä, mitä uutiset ovat verkostoyhteiskunnassa ja minkälaisia muutoksia ne ovat kohdanneet julkaisuvallan laajennuttua verkon avulla uudella tavalla mediatalojen ulkopuolelle.

## 5.1 Uutisten synty

Media on ollut ”murroksessa” koko sen olemassa olon ajan, mutta internetin mukana tuoma muutos eroaa aiemmista median murroksista siinä, että internet ei ole vain yksi media vaan tila, paikka, jonne kaikki muut mediat pyrkivät (Väliaverron 2009). Tällä muutoksella on ollut vaikutuksia niin toimituksellisiin käytäntöihin kuin mediatalojen ansaintalogiikkaan. Journalismin murros tai kriisi ei kuitenkaan ole ainoastaan taloudellinen tai tekninen vaan myös ammatillinen: Journalistien ammatti-identiteetti on rakentunut pitkälti uutisjournalismin varaan. Nykyään uutiset vuotavat nettiin heti uutistapahtuman yhteydessä tai jopa etukäteen (ks. tarkemmin luku 4.2), jolloin seuraavan päivän lehteen ei jää juurikaan perinteisen määritelmän mukaisia uutisia tai ainakaan skuppeja.

Kolmessa seuraavassa alaluvussa lähestytään uutisia uutistyylin näkökulmasta. Ensin pureudutaan journalismin toimintaperiaatteisiin, uutisten syntyyn ja uutiskentän muutoksiin sekä lopuksi journalistin profession kriisiytymiseen ja verkon käyttöön tiedonlähteenä. Viimeisessä alaluvussa vedetään yhteen akateemisia huomioita uutisten synnystä.

### 5.1.1 Journalismin ideologia ja markkinoituminen

Journalismin perinteisiä arvoja voidaan nimittää *journalismin ideologiaksi*. Tätä ideologiaa ja journalistien toimintaperiaatteita ohjaavat lain lisäksi Journalistin ohjeet<sup>5</sup>. Molemmissa on kielletty muun muassa piilomainonta, mutta siitä huolimatta rajanvetoa journalistisen sisällön ja mainonnan välillä käydään jatkuvasti. Toisin sanoen journalismin moraalinen tehtävä kansalaisten tiedonvälittäjänä on tehnyt tilaa median taloudellisille lähtökohdille (Herkman 2009, 38–45).

Liiketalouden periaatteet määrittävät yhä enemmän journalistisen toiminnan perusteita (emt.) ja keskustelu median markkinoitumisesta on alan sisällä voimakasta. Debatti kiihtyi viimeksi kevään 2013 tes-neuvottelujen yhteydessä, kun Viestinnän Keskusliitto ehdotti tekstimainontakiellon ja hyvää lehtimiestapaa koskevan kohdan poistamista Journalistin ohjeista<sup>6</sup>. Samoihin aikoihin taidekriitikko Otso Kantokorpi<sup>7</sup> lopetti kritiikkien kirjoittamisen päivälehtiin boikotoidakseen mediatalojen toimituksellisen yhteistyön syvenemistä, konvergenssia. Kantokorven mukaan hänen kirjoittamansa kritiikki saatettiin uuden avustajasopimuksen nojalla julkaista seitsemässä Alma Median lehdessä, mikä hänen mielestään kaventaa medioiden moniäänisyyttä ja lisäksi toimittajan palkkaus pysyy samana kuin aiemmin.

Markkinoitumisen hyvänä puolena on pidetty puolestaan sitä, ettei media ole enää niin riippuvainen poliittisesta ohjailusta (Herkman 2009, 39), mutta kriitikko voisi kysyä, määräävätkö tahdin poliitikkojen sijaan mediatalojen osakkeenomistajat toteuttaessaan markkinatalouden logiikkaa. Median markkinoitumisen on nähty niin ikään kytkeytyvän viihteellisen materiaalin osuuden kasvuun ja median keskittymisestä itseensä<sup>8</sup>. Tutkimusten mukaan yhä suurempi osa median sisällöstä

---

<sup>5</sup> Journalistin ohjeet 2011 – Suomen journalistiliitto  
[www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/journalistinohteet/](http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/journalistinohteet/)

<sup>6</sup> Viestinnän keskusliitto ja Suomen Journalistiliitto aloittivat 1.5.2013 käynnistyneen sopimuskauden neuvottelut maaliskuussa. Journalistiliiton mukaan tekstimainontakielto ja hyvä lehtimiestapa mahdollistavat toimituksellisen henkilön kieltäytymisen ammattietiikan rikkomisesta tai ammattikunniensa vastaan toimimisesta. Liitot pääsivät yhteisymmärrykseen 17.5.2013.

<sup>7</sup> Otso Kantokorpi (s. 1957) on helsinkiläinen toimittaja-kriitikko, entinen Taiteen päätoimittaja. Hän kirjoittaa blogia osoitteessa <http://alastonkriitikko.blogspot.fi>.

<sup>8</sup> Ylälle asetettiin perustamisvaiheessa vuonna 1926 ohjeet, joissa määriteltiin ohjelmien sisältöä. Ohjelmien tuli olla muun muassa asiallisia, opettavaisia ja kunnioittavia sekä ”sopivaa ajanvietettä”.

liittyy tai käsittelee jollakin tavalla mediaa itseään (Herkman 2009, 45–46). Markkinoitumisen ja erilaisten toimintakulttuurien yhteentörmäys uudessa mediaympäristössä asettaa haasteita ammattietikalle ja lainsäädännölle.

Eettisten kysymysten lisäksi julkaisuvallan laajeneminen ja media-alan murros ovat pakottaneet toimitukset miettimään tiedonvälityksen muotoja, kirjoitustyyliä, ulkoasua uutiskriteereitä jne. Vaikka yksi journalismin perustehtävistä on tuottaa uutta, journalismin käytännöt ovat pitkälti nojanneet vanhoihin tapoihin ja muotoihin (Väliaverronen 2009).

Perinteinen yhteiskunnallisesti merkittävien uutisten ja viihteen – vakavan ja populaarin - vastakkainasettelu tuntuu kuitenkin hedelmättömältä lähtökohdalta median tulevaisuuskeskustelulle. Vaikka uutisjournalismia ja populaariviihdettä voidaan tarkastella yleisellä tasolla toisistaan erillisinä tekstijärjestelminä, tässä tutkimuksessa tekstin, tuotannon ja tulkinnan suhdetta pitää tarkastella kategorioiden ulkopuolella ja kiinnittää huomiota medioiden ja niiden sisältöjen käyttö- ja tulkintatapoihin. Tätä lähtökohtaa tukevat tutkimukset, joiden mukaan uutiset ja viihde sekoittuvat toisiinsa niin tuotannossa kuin vastaanotossa. (Heikkilä et al. 2012, 235–239.) *Tabloidisaatioksi* kutsuttuun ilmiöön sisältyy ajatus kaikkien mediasisältöjen viihteellistymisestä loputtomasti, mutta ainakaan Suomessa muutos ei ole tähän mennessä ollut niin yksioikoinen (Heikkilä et al. 2012, 238).

### 5.1.2 Uutistuotanto ja ansaintalogiikka

Teknologinen vallankumous muuttaa kulttuurituotteiden, erityisesti journalismin, taloutta, rakenteita ja käytäntöjä (McNair 2011, 41; Väliaverronen 2009) sekä sisältöjä (Karlsson 2011). Mediasta on tullut osa länsimaalaisten arkea elämän kaikilla ulottuvuuksilla – internet on kytkenyt ihmiset toisiinsa globaalien tieto- ja viestintäverkostojen avulla (Deuze 2007). Edellä mainituilla tavoitteellisilla, rakenteellisilla ja käytännön muutoksilla on vaikutuksia tiedon sirkulaatioon ja uutisten syntyyn.

---

Käytännössä ohjelmat kuitenkin sisälsivät pääasiassa vallanpitäjien ohjeita, miten kansan pitää ajatella asioista. (ks. tarkemmin Ahmavaara et al. 1972.)

Merrinin (2009, 24–25) mukaan muutos voidaan nähdä mediatutkimuksen näkökulmasta siirtymänä broadcast-aikakaudesta post-broadcast-aikakauteen<sup>9</sup>, jolle on ominaista laajat henkilökohtaisesti luodut, valitut ja hallitut mediaympäristöt, joissa sisältöä jaetaan usein vain tietyn joukon kanssa. Nimitys ei ole ehkä nykyisen verkostoyhteiskunnan viestintäkenttää parhaiten kuvaava, sillä se kytkeytyy voimakkaasti televisioon viestintävälineenä, mutta Merrinin tekemät havainnot mediaympäristön muutoksista ovat osuvia. Hänen mukaansa post-broadcast-aikakaudella massayleisöt ja standardointi ovat vaihtuneet niche-markkinoihin ja nanojulkaisuun sekä jatkuviin keksintöjen ja uudistusten prosesseihin, joissa mediatuotteita *jalostetaan* jatkuvasti käyttäjiltä saadun palautteen mukaan (emt. 2009, 23).

Villin (2011, 59) mukaan muutokset eivät ole kuitenkaan välittömiä. Sisällön kuratointiprosesseja tarkkailemalla ammattimedia voi arvioida, mitkä sisällöt kiinnostavat ja puhuttavat, mikä voi vaikuttaa välillisesti esimerkiksi aiheiden valintaan, lopulliseen ulospanoon ja niin edelleen. Facebookin tykkää-toiminto onkin nykyään merkittävä uutisvälityksen kanava (Villi 2011, 50).

Väliiverroksen (2009) mukaan journalismin murroksen taustalla on *kilpailun kiristyminen* neljällä tasolla: Journalismista on tullut yhä selvemmin liiketoimintaa, jolloin mediakonserneille journalismi on jatkuvaa tehostamista ja omistajien voittojen maksimointia. Toiseksi mediakentän sisäinen kilpailu on kiristynyt, kun perinteisten medioiden rinnalle on noussut uusia medioita. Kolmanneksi journalistien aiemmin hallitsema mediakentälle ovat astelleet suhdetoiminnan ammattilaiset, kuten pr-toimistot. Neljänneksi haastajaksi Väliverronen nostaa kansalaisjournalistit, jotka ”tuottavat uutisia, keskustelua ja kommentteja ilman ammattijournalismin etäisyyttä ja virallisuutta” (emts. 14).

Toimitusprosessien ja sisällöllisten muutosten taustalla on tutkimusten mukaan *lukijoiden kiinnostuksen ja tarpeiden lisäksi muutokset lukutottumuksissa*. Lukuisat tutkimukset osoittavat, että kiinnostus perinteisten medioiden uutisiin on

---

<sup>9</sup> Broadcastilla viitataan tässä yhteydessä julkisten televisiolähetysten valtakauteen, jonka voidaan nähdä alkaneen maasta riippuen 1900-luvun ensimmäisellä puoliskolla.

rakenteellisesti vähentynyt (Rantanen 2009, 115; vrt. Herkman & Vainikka 2012; luku 6.5). Länsi-Euroopassa internet tavoittaa 15–24-vuotiaat nuoret paljon tehokkaammin kuin perinteiset mediat, erityisesti sanomalehdet. Lisäksi lukijat yhä useammin selailevat uutisia eri lähteistä sen sijaan, että he tukeutuisivat yhden lähteen uutisiin säännöllisesti. (Rantanen 2009, 114.) Tämä ei kuitenkaan ole suoraan verrannollinen perinteisen median käytön vähenemiseen. Kiinnostavuus puolestaan syntyy tulkinnessa, eikä se ole esimerkiksi tekstin ominaisuus (ks. tarkemmin Heikkilä et al. 2012), mikä tekee kiinnostuksen lisääntymisen tai vähenemisen mittaamisen lähtökohtaiseksi haastavaksi. Kiinnostuksella ja kiinnostavuudella voidaan tarkoittaa monenlaisia asioita, ominaisuuksia ja niiden kokonaisuuksia (ks. tarkemmin 5.2).

Tilaajavirtojen pienentyminen on pakottanut mediatalot miettimään uudenlaista ansaintalogiikkaa ja kehittämään toimitusprosessejaan. Joidenkin näkemysten mukaan internetiä sujuvasti käyttävien nuorten lukijoiden tavoittelu vetää perinteisiä sanomalehtiä kaupallisempaan, sensaatiohakisempaan ja populaarimpaan suuntaan (Phillips, Couldry & Freedman 2010). Boczkowski (2005, 166–167) huomauttaa, että nykyisten mediatalojen toiminnassa lukijoilla on uudenlainen erityisasema. Mediaorganisaation ja kuluttajien raja on hävinnyt: kuluttajat ovat uutisten tuottajia, mutta he hankkivat elantonsa jostain muualta kuin mediasta. *Informaatiovirrat* kulkevat siis moniin suuntiin.

Sosiaalisten medioiden ansaintalogiikka poikkeaa perinteisestä mediasta siten, että se perustuu pitkälti käyttäjien tuottamaan sisältöön. Sisältö kerää käyttäjien huomion ja luo sisältöliikennettä, jota voidaan myydä edelleen mainostajille. (Villi 2011). Toisin sanoen ainoastaan sisältö tai merkitykset eivät ole arvokkaita vaan myös suhteet ja yhteydet. Esimerkiksi Facebookissa ”sosiaalisista tilanteista ja kohtaamisista tulee tuotantohetkiä” (Cohen 2008, 18). Twitterissä viestit leviävät verkostoissa, ja siitä on muodostunut Crawfordin (2011, 118) mukaan vauhdilla mini-uutisalusta (engl. a short-form news platform). Vaikka suomalaiset perinteiset mediatalot ovat laajentaneet voimakkaasti verkkoon ja sosiaalisiin medioihin, vielä eivät ole keksitty, miten verkkojulkaisu saadaan kannattavaksi.



Onkin ennustettu, että ”hittien” tekeminen media-alalla vaikeutuu, mutta tarjonta ja kulutus kokonaisuudessaan kasvavat, sillä tuotteiden saatavuus helpottuu ja hinnat laskevat. Sanomalehdistölle niche-markkinoiden hyödyntäminen on kuitenkin haastavaa ja samaan aikaan kilpailun kiristytessä sisältöjä tarjotaan yhä enemmän ilmaiseksi, mikä paradoksaalisesti vähentää maksullisen tuotteen tilaus- ja ostomääriä. Mediatalot ovat vastanneet yleisön pirstaloitumiseen eli fragmentoitumiseen osin samojen sisältöjen kierrättämisellä (Seppänen & Väliverronen 2012, 131–141.) ja syvällisen hyödyntämisen sijaan valjastaneet sosiaalisen median offline-tuotteidensa markkinointiin (Deuze 2008, 856; tässä Crawford 2011). Tuloja hankitaan myös siirtämällä verkkosisällöt osin tai täysin maksullisiksi käyttämällä niin sanottua maksumuuria.

Media-alan taloudellisten realiteettien hahmottaminen on tutkimuskysymysten kannalta relevanttia sikäli, että taloudella on moninaisia suoria ja epäsuoria vaikutuksia uutisiin ja sirkulaatioon. Resurssienkäytön lisäksi taloudellisen voiton tavoittelu voi muun muassa asettua ristiriitaan journalistisen ideologian kanssa, muuttaa toimitusprosesseja ja toimintatapoja sekä vähentää investointeja ja uudistuksia (ks. tarkemmin luvut 5.1.1 ja 5.1.3).

### 5.1.3 Journalistinen työ

Journalismi on vahva instituutio, joka on rakentunut journalismin ideologian (ks. luku 5.1.1) ja perinteisten *toimituksellisten käytäntöjen* varaan. Journalistin työn peruslähtökohdat ovat pysyneet vuosisatoja pitkälti samoina, vaikka ympäröivässä maailmassa on tapahtunut merkittäviä muutoksia. 1900-luvun lopulla journalismissa on kuitenkin havaittavissa median markkinoitumisen vähintään epäsuorasti aiheuttamia muutoksia (Herkman 2009, 32–49). Edellä mainitut muutokset ja käyttäjälähtöinen sisältö<sup>10</sup> ovat McNairin (2011) mukaan johtaneet journalistien ammatti-identiteetin kriisiin: Mihin journalisteja enää tarvitaan? Onko journalismi kuolemassa, kun kuka tahansa voi tuottaa ja julkaista sisältöjä?

---

<sup>10</sup> Engl. user-generated content. Käsitteellä viitataan yleisön uuteen rooliin, jossa median käyttäjistä on tullut sisältöjen tuottajia. Ks. tarkemmin esim. McNair 2011 tai Seppänen & Väliverronen 2012.

Esimerkiksi Deuzen (2007, 112 & 141) näkemyksen mukaan journalismi, kuten se nykyään tunnetaan, on kulkenut tiensä päähän. Digitaalisuus on sekoittanut aiemmin mediatyötä määrittäneiden eri alojen, käytäntöjen, kategorioiden ja koulukuntien välisiä raja-aitoja - journalismi ei enää eroa muusta julkisesta viestinnästä. Journalisteille kontrollista, historiasta ja perinteistä luopumista markkinoidaan selviytymisen kannalta välttämättömyyksiä. (emts. 233; Seppänen & Väliverronen 2012, 160).

Ongelmalliseksi on koettu myös pätkätyöt ja nopeutunut työtahti, jonka nähdään uhkaavan uutisten moniäänisyyttä. Puhutaan leikkaa-liimaa-journalismista (Juntunen 2010), jossa toimittajat kopioivat suoraan tai lähes suoraa tiedotteita uutisjutuiksi. Lähdekritiikille tai muiden näkökulmien hakemiselle ei jää tai ei jätetä aikaa, kun mediat kilpailevat julkaisunopeudesta. Mitä sirpaleisemmaksi mediayhteiskunta muuttuu ja mitä nopeampaan uutiskiertoon siirrytään, sitä yksinkertaisemmiksi lukijoille tarjoiltavat tarinat muuttuvat (Juntunen 2010; Korpiola 2011; Korpiola ja Nikkanen 2012, 111–112). Kriittisten skenaarioiden mukaan uutisista tulee niin ikään yhä henkilökohtaisempia, dramatisoituneempia, yksinkertaistettumpia ja polarisoituneempia (Fenton 2010; vrt. luku 4.2).

Tutkijat eivät ole yhtä mieltä journalismin muutosten seurauksista, mutta he yleisesti ottaen uskovat, että fundamentaalisia muutoksia on tapahtumassa (Rantanen 2009, 113; ks. myös Karlsson 2011). Journalististen töiden näkökulmasta yleisesti hyväksytty näkemys on, että mediatilojen leikatessa resursseja samalla toimittajien työnkuvaa on laajennettu (Herkman 2009, 46–49) ja samoja sisältöjä kierrätetään hieman eri muodossa välineestä toiseen (ks. esim. emts. 45; Seppänen & Väliverronen 2012).

En yhdy skeptisimpiin näkemyksiin journalismin kuolemasta ja toimittajien töiden loppumisesta, sillä ne ovat osoittautuneet akateemisen tutkimuksen ja historian valossa perusteettomiksi. Vastaavia ennustuksia on tehty aiemminkin, mutta käytännössä suuri osa 'uusista' medioista on otettu käyttöön 'vanhojen' medioiden rinnalla, mikä on muuttanut joidenkin medioiden ja mediatekstien asemaa ja käyttöä tiettyjen sukupolvien keskuudessa (ks. esim. Heikkilä et al. 2012, 44–49).

Ihmisten tapa käyttää teknologiaa uutisten etsimiseen, luomiseen, organisoimiseen ja kierrättämiseen muuttaa uutisia ja journalismia sosiaalisena konstruktiona (Russell 2011).

Kansa ei enää lue samoja, ammattitoimittajien tuottamia uutisia päivän lehdestä, mutta näen uuden teknologian käyttötapojen myötä avautuneet näkymät potentiaalina ja mahdollisuutena luoda uutta. Keskusteluun tulisikin ottaa taloudellisten huolien rinnalle entistä painokkaammin keskustelu tulevaisuuden journalismista - mitä sen tulisi olla ja voidaanko henkilöresursseja leikkaamalla saavuttaa tavoitteet? Mikä on median rooli representoijana? Joukkoviestinnän tai journalismin vaikuttavuus yhteisöllisyyden luomisessa on kenties heikentynyt, mutta sen rinnalle on tullut muita vaikuttamisen ja vallankäytön muotoja ja kanavia.

McNairin (2011, 46) mukaan printtitoimittajat ovat muuttuneet tiedon arkkitehdeiksi, journalisteiksi, jotka käyttävät alustaa kuin alustaa jouhevasti ja tuottavat eri medioihin sopivaa sisältöä. Heidän tulisi kuitenkin auttaa yleisöä ymmärtämään, mitä merkitystä ajankohtaisilla tapahtumilla on laajemmassa mittakaavassa. Yleisö voi tuottaa paljon sisältöä, kuten visuaalisia kuvia tapahtumista ja muuta materiaalia, mutta ammattijournalistien tulisi muokata kaoottisista tapahtumista koherentteja ja uskottavia tarinoita (emt.). Julkaisuvallan laajentuminen valtion omistamalta kansalliselta medialta yhtiöitetyille mediakonserneille ja edelleen yksilöille on tehnyt uutisten ja ei-uutisten erottelusta entistä haastavampaa.

Uutisten taustoittaminen ja tapahtumien relevanssin osoittaminen on edelleen tärkeä osa journalistin ammattitaitoa. Vaikka yksittäisen uutisen vaikutus on saattanut heikentyä sen hukkuessa uutisvirtaan, ei se vähennä ammattijournalistien työn yhteiskunnallista merkitystä demokratian toteutumisen edistäjinä. Journalismin tärkeimpänä tavoitteena ja olemassaolon merkittävimpänä perustana voidaan pitää totuutta ja sen kertomista kansalaisille (Karlsson 2011, 279) sekä riippumattomuutta. Facebookin epäiltyyn tietovuotoon liittyi huhuja, jotka ovat omiaan asettamaan edellä mainitun oikeutuksen ja toimittajien ja lukijoiden välisen luottamussuhteen kyseenalaiseksi (ks. luvut 6.3 ja 8). Karlssonin (2011, 290–295)

mukaan online-uutisointi on muuttanut toimittajien ja yleisön suhdetta siten, että toimitusprosesseista on tullut läpinäkyvämpiä, mikä puolestaan vaikuttaa lukijoiden luottamuksen lunastamiseen. Toimittajien ja yleisön rooleista lisää seuraavissa alaluvussa.

#### 5.1.4 Verkko tiedonlevittäjänä

Verkosta löytyvää informaatiota ja sosiaalisia medioita pidetään yleisesti ottaen luotettavina tiedonlähteinä (ks. esim. Messner & DiStaso 2008, 450), mutta siihen liittyy muun muassa faktisuuden ongelma. Verkon informaatio on usein toisen käden tietoa. Siitä huolimatta tapahtumista saatetaan uutisoida ennen kuin faktoja on ehditty tarkistaa perusteellisesti, sillä uutistoimitusten tavoitteena on olla mahdollisimman nopeita (Allan & Thorsen 2011, 32–34; Karlsson 2011). Mikäli uutisessa ilmenee virheitä, ne korjataan myöhemmin, kuten esimerkiksi MTV3:n Nazisin taistelu -uutisoinnin kohdalla kävi<sup>11</sup>.

Toimintakulttuurin muutoksen ja tiedonvälityksen nopeutumisen seurauksena virheet leviävät nopeasti laajalle, eikä niiden oikaisu ole enää yhtä yksinkertaista. Virheellisen informaation korjaaminen perinteisen medioiden verkkosivuilla ei johda automaattisesti siihen, että virhe korjaantuisi kaikissa keskusteluketjuissa tai mediateksteissä. Esimerkiksi heinäkuussa 2012 uutistoimisto AFP kertoi valtiovarainministeri Jutta Urpilaisen pitävän euron hajoamista mahdollisena. Myöhemmin selvisi, että lausuntoa oli tulkittu väärin ja uutisen kirjoittanut toimittaja irtisanottiin. Oikaisu ei kuitenkaan muuttanut poliittista diskurssia tai uutisagenda välittömästi<sup>12</sup>. Toisin sanoen keskustelu virheellisten tietojen pohjalta saattaa jatkua pitkään tietoisesti tai tiedostamatta esimerkiksi muissa verkkomedioissa. Tämä asettaa uudenlaisia odotuksia käyttäjien medialukutaidolle ja toisaalta toimittajille, jotka käyttävät sosiaalista mediaa lähteenään. Sosiaalisten

---

<sup>11</sup> 11.10.2012 MTV3:n uutistoimisto AP:ltä kääntämässä verkkouutisessa puhuttiin Nazisien taistelusta, kun kyseessä oli taistelu natsseja vastaan. Virheen huomattuaan toimitus päivitti uutisen ja kertoi aluksi tekemistään muutoksista avoimesti, mutta myöhemmin Nazisin taistelu -maininta poistettiin lopun oikaisusta täysin.

<sup>12</sup> Uutistoimisto AFP kertoi 6.7.2012, että ministeri J. Urpilainen varoittaa euron hajoamisesta. Uutinen pohjautui ministerin Kauppalehdelle antamaan haastatteluun, jossa ministeri totesi kaikkien skenaarioiden olevan mahdollisia. Vaikka ministerin erityisavustaja oikoi AFP:n uutista, spekulatiot Suomen euroerosta jatkuivat seuraavalla viikolla.

medioiden aktiiviset käyttäjät eivät myöskään edusta koko kansaa (Villi 2011), vaan äänekkäimmät käyttäjät ovat usein tietyn sosioekonomisen aseman, ikäryhmän jne. edustajia.

Perinteiset mediat ovat pyrkineet hyödyntämään verkkoa ja osalla on ollut kunnianhimoisia suunnitelmia yhteisöllisyyden lisäämiseksi omissa medioissaan. Käytännössä useimmat ovat kuitenkin tyytyneet kierrättämään päävälineisiin tarkoitettuja sisältöjä ja näin uusintaneet vanhoja rutiinejaan. Vaikka aika ajoin käyttäjälähtöisen sisällön on arveltu olevan ohimenevä vaihe, pidän epätodennäköisenä, että käyttäjien tuottama sisältö vähenisi tai varsinkaan katoaisi. Verkon julkaisumahdollisuudet, ansaintalogiikan muutokset ja sisältöjen määrän kasvu tulevat ajan kanssa muokkaamaan myös perinteisen median suhdetta sosiaalisiin medioihin ja niiden käyttäjiin – tuottavaan yleisöön. Median ja lähteen suhde pysynee kuitenkin jännitteisenä, sillä medioiden ja lähteiden intressit tuskin muuttuvat yhteneviksi.

### 5.1.5 Yhteenvedo uutisten synnystä verkostoyhteiskunnassa

Verkostoyhteiskunnan verkkoa pidetään luotettavana tiedonlähteenä. Verkosta löytyviin tietoihin tai näkemyksiin ei kuitenkaan osoiteta aina riittävästi lähdekritiikkiä, mikä on johtunut ajoittain virheelliseen uutisointiin. Virheiden ja julkaisuvallan laajentumisen sekä julkaisukynnyksen madaltumisen on nähty vahingoittavan toimittajien ja lukijoiden välistä luottamussuhdetta, jota ilman median valta ei ole legitiimiä (ks. myös luku 3.2). Joidenkin näkemysten mukaan tämä on johtanut aiempaa läpinäkyvämpään journalismiin, joidenkin mukaan voimakkaampaan vastakkainasetteluun ammattijournalistien ja harrastelijoiden välillä.

Digitalisoitumisen myötä toimittaja ja lukija voivat päästä yhtä nopeasti samoille tiedonlähteille, ja välittää havaintonsa valitsemassaan muodossa ilmaiseksi eteenpäin. Kansalaisen video tapahtumapaikalta voi saavuttaa laajemman yleisön kuin valtavirtamedian uutislähetys. Tiedonvälityksen nopeutuminen ja sen vaikutukset on yksi keskeisimpiä kysymyksiä, jonka kanssa niin tutkijat kuin toimittajat painiskelevat. Kysymyksessä ei ole vain teknologinen tai taloudellinen

muutos tai murros vaan se kytkeytyy niin toimittajien ammatti-identiteettiin kuin siihen, mitä uutiseksi käsitetään. Nopeutuneella syklillä on nähty olevan käytännönvaikutuksia siihen, minkälaisia uutisaiheita päästetään uutisagendalle, mihin uutisiin keskitytään vai keskitytäänkö enää lainkaan. Kysymys siitä, miten uutiset ovat muuttuneet tai mitä uutiset ylipäätään ovat, ei siis ole yksinkertainen. Seuraavaksi tutkimuskysymystä lähestytään yleisön ja yleisömääritelmien näkökulmasta.

## 5.2 Yleisön rooli

Julkaisuvallan laajeneminen ja sosiaaliset mediat ovat muuttaneet suhdettamme mediaan. Arvioiden mukaan 43 prosenttia suomalaisista kuuluu vuonna 2004 perustettuun Facebookiin (Social Bakers 14.3.2013<sup>13</sup>). Palvelulla on maailmanlaajuisesti yli miljardi käyttäjää, joilla on halutessaan mahdollisuus tuottaa ja julkaista sisältöä. Deuze (2007, 38) ehdottaa, että voisimmekin luopua mediasuhteemme määrittelystä kuluttajana tai tuottajana sillä nykyään *elämme* ja työskentelemme mediassa.

Yleisön käsite ei ole yksiselitteinen myöskään siksi, että nykyään myös yleisöllä voi olla yleisöjä. Perinteisten medioiden toimittajat ovat sosiaalisten medioiden käyttäjinä yleisö muiden jäsenten julkaisuille. Tässä tutkielmassa yleisö käsitetään laveaksi joukoksi julkaisun vastaanottajia, jotka ovat tilanteesta riippuen aktiivisia tai passiivisia. Yleisö muodostuu verkostomaisesti toisiinsa kytkeytyneistä yhteisöistä ja yksilöistä.

Aktiivinen tuottava yleisö ei ole nykyaikakauden ilmiö, mutta nykYTEknologia ja -innovaatiot ovat tehneet aktiivisuudesta tietyiltä osin aiempaa helpompaa. Yleisössä on siis potentiaalia, mutta tutkijat eivät ole yhtä mieltä siitä, onko kaikki potentiaali hyödynnetty riittävällä kansalaisyhteiskunnan ihanteita palvelevalla tavalla. Kriitikoiden mukaan yleisöllä on verkossa merkittävämpi rooli datan luovuttajana, tiedonlähteenä ja kännykkäkuvien napsijana kuin sisällöntuottajana. (Allan & Thorsen 2011, 28 & 32–34; van Dijck 2009, 49; Villi 2011).

---

<sup>13</sup> Lukemat siirtyivät myöhemmin keväällä 2013 osaksi Social Bakersin maksullista palvelua. Lisätietoja osoitteessa <http://www.checkfacebook.com/>.

*”Mediateollisuus on edelleen pitkälti kiinni tuotokeskeisessä logiikassa, sillä se pyrkii perinteisen yksisuuntaisen joukkoviestinnän hengessä tarjoamaan yleisölle valmiita tuotteita, sen sijaan että yleisö otettaisiin keskeisesti mukaan mediapalvelun luomiseen”.*

(Villi 2011, 54)

Sosiaalisten medioiden verkkosivuista on tullut perinteisen median eli joukkoviestintien tiedonlähteitä, ja vastaavasti perinteinen media toimii sosiaalisen median lähteenä. Sosiaalisista medioista ja niiden käyttäjistä on tullut niin ikään yhä merkittävämpiä uutislähteitä muille käyttäjille. World Association of News -organisaation (2007; tässä Russell 2011) kymmenessä maassa toteuttaman tutkimuksen mukaan ”keskustelu kavereiden kanssa” on nuorten pääuutislähteitä. Toimittajat ja uutisorganisaatiot hyödyntävät tätä potentiaalia esimerkiksi julkaisemalla tarinoita ja päivityksiä sosiaalisissa medioissa (Russell 2011, 80).

Näkemykseni mukaan yleisön rooli voidaan nähdä kuitenkin merkittävämpänä kuin mitä kriitikot antavat ymmärtää. Yleisöt voivat ottaa erilaisia rooleja ja vaikuttaa perinteisen medioiden agendaan ja sisältöihin erityisesti perinteisten medioiden verkkosivujen osalta. Yleisö on ollut merkittävä uutisten lähde jo ennen sosiaalisia ja verkkomedioita, mutta sosiaalisen todellisuuden siirtyminen verkkoon on muuttanut osapuolten asemaa suhteessa toisiinsa sekä journalistisia toimituskäytäntöjä. Verkossa moni aiemmin hankalasti saavutettavissa ollut viestintä, on tullut laajemman yleisön ulottuville. Samalla viestien leviäminen on aiempaa läpinäkyvämpää.

Yleisön uutta asemaa suhteessa journalismiin kuvaa Russellin määritelmä (2011) *verkostojournalismin* (engl. networked journalism) käsitteestä. Russellin (emt.) mukaan verkostojournalismissa yleisö nähdään uutisten tuottajana, tutkijana, luojana, tekijänä, välittäjänä ja enemmän. Toisin sanoen kansalaiset ovat mukana kaikissa journalistisen tuotantoprosessin vaiheissa. Verkostojournalismi kuvaa hyvin nuorten sukupolvien mediakäyttöä ja 2010-luvun alkua, jolloin kansalaiset voivat vaikuttaa uutistarinaan ennen kuin se on julkaistu. Yleisö ei ole vain tuntematon

olio vaan yleisönä oleminen on *diskursiivista toimintaa*, johon voi osallistua eri tavoin mediaa käyttämällä (Heikkilä et al. 2012, 58).

Elitistinen erottelu ammattijournalistien ja ”puuhastelevien” kansalaisten välillä on vanhentunut ja johtaa yksinkertaistuksiin yleisöstä ja vastaanottajasta (ks. yksinkertaistuksista esim. Heikkilä et al. 2012, 31–67). Esimerkiksi kansalaisten aktiivisuudesta sisällöntuotannossa ja tutkimuksessa voidaan nostaa suomalaisten turkistarhojen ja sikatilojen olojen joutuminen kyseenalaiseen valoon aktivistiryhmien luovutettua julkisuuteen ottamaansa kuva- ja videomateriaalia<sup>14</sup>. Vaikka tästä ”uudenlaisesta” yhteistyöstä voi seurata yhteiskunnallisesti merkittäviä keskusteluja, on Nikkasen (2012) tavoin hyvä miettiä, ovatko toimitukset valmiita ulkoistamaan tutkivan journalismin vapaaehtois pohjalta toimiville ryhmille ja millä hinnalla.

Toimitusten näkökulmasta aktivistit tai muuten asialleen omistautuneet toimijat ovat houkuttelevia ”alihankkijoita”, sillä heidän työstään ei tarvitse maksaa, ja toisaalta sisältö on usein yhteiskunnallisesti merkittävää. Ulkopuolisten tuottamaa sisältöä ja sidonnaisuuksia tulisi arvioida kriittisesti, mutta faktojen ja taustojen selvittelystä toimitusrutiinien lomassa voi muodostua toimituksille ongelmaksi. (Nikkanen 2012, 8-13; Koskinen 2008 [2006].) Aktivistien ja kansalaisavustajien hyödyntäminen kytkeytyy samankaltaisiin haasteisiin kuin sosiaalisen median käyttö lähteenä: Ovatko lähteet luotettavia? Mikä on heidän/niiden intressi? Kuka kantaa vastuu, jos tieto on virheellistä? Kuka kantaa vastuun, jos juttu johtaa oikeuteen? Sosiaaliseen mediaan liittyy lisäksi muita yksityisyyskysymyksiä esimerkiksi tiedon julkisuudesta (ks. tarkemmin luku 6.3). Näihin kysymyksiin on vaikea antaa yksiselitteistä vastausta, mutta niiden avulla voidaan kuvata kansalaisten, ammattijournalistien ja amatöörien roolien ja suhteiden muutosta. Yleisön roolin määrittelyä olisi hyvä miettiä sisällöntuotannon näkökulman lisäksi myös muista osallistavan yleisöyden perspektiiveistä (ks. tarkemmin Villi 2011).

---

<sup>14</sup> Esimerkiksi Ylen A-studio julkaisi helmikuussa 2010 aktivistien salakuvaamaa materiaalia huonokuntoisista turkiseläimistä ja nosti kiistellyn aiheen jälleen julkiseen keskusteluun. Myöhemmin mm. silloinen pääministeri Matti Vanhanen (kesk) moitti Yleä kuvien julkaisusta.



Ruotsin mediaa tutkineen Mats Ekströmin (2000) mukaan journalismi ja yleisön *osallistaminen* nojaa kolmeen viestinnän strategiaan: informointiin, tarinankerrontaan ja houkutteluun. Ensimmäisellä hän viittaa siihen, että journalismi tarjoaa hyödyllistä informaatiota tiedonjanoisille. Tarinat puolestaan voivat tarjota kuulijalle esimerkiksi kuulemisen nautintoa, seikkailua tai draamaa. Houkuttelun hän puolestaan liittää voimakkaan vaikutuksen tekemiseen ja tirkistelyyn. Televisiota tutkinut Ekström (emt.) huomauttaa, että televisiotuotannon on viimekädessä tarkoitus miellyttää yleisöä. Näkisin, että tämä koskee myös muita viihhteellisiä mediasisältöjä, vaikka satunnaisesti mediat koettelevat yleisönsä hyväksynnän rajoja esimerkiksi provokaatiolla. Uutissisältöjen ensisijainen tarkoitus ei ole kuitenkaan viihdyttää, vaikka ne voivatkin olla viihdyttäviä. Niiden merkitys syntyy tiedonvälittämisen ja tiedon suhteuttamisen kautta.

Edellä kuvattujen keinojen avulla yleisö asetetaan tiettyyn rooliin suhteessa mediatuotteeseen. Ekströmin (emt.) mukaan roolit ovat tiedonhakija (kansalainen), kuuntelija ja katsoja. Muun muassa Villin (2011) ja Nikkasen (2012) esittämien huomioiden valossa yleisölle näyttää muodostuneen myös uudenlaisia rooleja, joissa kansalaisten osallistuminen journalistiseen työprosessiin tai mediatuotantoon on edellä kuvattuja rooleja syvällisempi, mutta toisaalta varsin tilannesidonnainen ja omien valintojen mukaan määrittyvä. Tavoitteena on suunnata ajatusta yleisönä olemisesta yleisönä tekemisen suuntaan, mutta ilman esimerkiksi *julkiso*-käsitteen sisältämää odotusta ”yhteisten ongelmien tunnistamisesta” ja voimakasta kytkeytymistä kansalaisyhteiskunta-ajatteluun (ks. esim. Heikkilä 2001). Tätä roolia voisi kuvata sanalla *toimija*. Tällöin yleisönä tekemisen rooli määrittyisi Heikkilä et al. (2012, 190–275) ajatuksia mukaillen tilannekohtaisesti median käytön ja toiminnan myötä muodostuvien käytäntöjen mukaan. Median viestintästrategiana ja journalismin tehtävänä olisi kiinnostuksen herättäminen.

Yleisö	Journalismi	Viestintä
Tiedonhakija (kansalainen)	Informantti	Informointi
Kuuntelija	Kertoja	Tarinankerronta
Katsoja	Esittäjä	Houkuttelu
Toimija	Herättelijä	Kiinnostuksen herättäminen

*Ekström 2000 & Keskinarkaus 2013. Käännös Keskinarkaus 2013.*

Organisaatioviestinnän näkökulmasta julkisuutta tutkineet Aula ja Åberg (2012) käyttävät toimija-nimitystä henkilöistä tai ryhmittymistä, jotka tekevät viestinnällisiä akteja. Näiden aktien seurauksena julkisuuteen nousee tiettyjä teemoja tai vaihtoehtoisesti aktit ovat reaktio julkisuuteen nousseisiin teemoihin. Tästä näkökulmasta poiketen viittaan toimijoilla yleisön ottamaan rooliin suhteessa mediakäyttöön, mikä voi ilmetä myös pienissä verkostoissa ja niiden muodostamassa pienjulkisuudessa.

Kiinnostamisella en viittaa hetkellisen, otsikkotasaisen mielenkiinnon herättämiseen vaan journalismiin, joka synnyttää esimerkiksi sosiaalisissa verkostoissa esimerkiksi keskusteluina ilmenevää toimintaa. Media herättelee aiheillaan yleisöjä ja luo maaperää keskustelulle ja viestien sirkulaatiolle. Viestien merkityksen sirkuloivat sosiaalisissa verkostoissa, joissa lähipiirin rinnalla *heikot siteet* voivat nousta merkityksellisempään asemaan (Heikkilä et al. 2012).

## 5.3 Yhteenveto aiemmista teoreettisista huomioista

Uutisjournalismi ja viihde sekoittuvat niin tuotannon, tekstien kuin vastaanoton tasolla. Jotta voitaisiin selvittää, mikä tähän tilanteeseen on johtanut ja millaisia uutiset ovat verkostoyhteiskunnassa, seuraavassa taulukossa on vedetty yhteen journalismin muutoksia ennen ja jälkeen 1900- ja 2000-luvun taitteen. Sosiaalisen median eräänlaisena rajapyykkinä on pidetty 9/11-terrori-iskua, jolloin näkyi ensimmäistä kertaa yhtä suuressa laajuudessa mobiililaitteiden yleistymisen ja verkkoviestinnän nopeutumisen yhteisvaikutus mediaspektaakkelin synnyssä.

Multimedian käyttöä mobiiliviestinnässä on edesauttanut puhelinkannan uusiutuminen erityisesti vuoden 2004 jälkeen (Koskinen 2008 [2006]). Turo Uskalin

(2011) mukaan sosiaalisen median heikot signaalit olivat näkyvissä myös Suomessa em. terrori-iskujen aikaan, mutta perinteinen media ei ollut kiinnostunut arjen tapahtumista, uutiskynnys oli korkeampi ja uutisarvostus oli toisaalla. Kiinnostus lukijoita ja heidän arkea sekä sosiaalisten medioiden hyödyntämistä kohtaan on sittemmin kasvanut.

	Journalismi ennen 2000-lukua	Journalismi nyt
Tuotanto	Journalistinen prosessi hidas	Journalistinen prosessi nopea (Allan & Thorsen 2011)
	Sulkeutuneisuus (Karlsson 2011)	Läpinäkyvyys (Karlsson 2011)
	Julkaisu aikataulutettu (Albæk 2011, Seppänen & Väliaverronen 2012)	Jatkuva uutiskierto (Albæk 2011, Seppänen & Väliaverronen 2012)
	Ylhäältä alas (Karlsson 2011)	Interaktiivisuus (Boczkowski 2005, Karlsson 2011, Villi 2011)
	Hierarkkisuus (Karlsson 2011)	Kollektiivisuus (Karlsson 2011)
Uutiset	Yksi 'totuus' (Karlsson 2011)	'Totuus' päivittyy (Karlsson 2011)
	Uutisen elinkaari pidempi (Karlsson 2011, Korpiola 2011, Korpiola & Nikkanen 2012)	Uutisen elinkaari lyhyempi (Karlsson 2011, Korpiola 2011, Korpiola & Nikkanen 2012)
	Yhdenmukaisuus (Fenton 2010, Korpiola 2011, Korpiola & Nikkanen 2012)	Sirpaleisuus (Fenton 2010, Korpiola 2011, Korpiola & Nikkanen 2012)
	Universaalius (Fenton 2010)	Henkilökohtaisuus (Fenton 2010)
	Sosiaalisen median vähäinen läsnäolo (Villi 2011)	Sosiaaliseen mediaan linkittyminen (Villi 2011)
	Toimituksilla kontrolli tarinankerrontaan (Karlsson 2011)	Toimituksilla ei kontrollia tarinankerrontaan (Karlsson 2011)
Toimittajat ja yleisö	Toimittaja 'totuuden torvi' (Rantanen 2009), kokija ja näkijä (Albæk 2011), vakituksessa työsuhteessa tiettyyn mediaan	Toimittaja 'tiedon arkkitehti' (McNair 2011), havainnoija, tulkitaja (Albæk 2011), pätkätyöläinen (Russell 2011)

	Toimittajan ja yleisön roolit selkeät (Karlsson 2011)	Toimittajan ja yleisön roolit sekoittuvat (Deuze 2007, Russell 2011)
	Yleisöihanne: aktiivinen julkiso	Yleisöihanne: aktiivinen toimija
	Tapahtumien seuraaminen ja raportointi	Aktiivinen tuottaminen (Russell 2011)

Uutisen määritelmä huhujen, trivialien ja päivittelyn vastakohtana on aina ollut epäselvä ja muuttuva (Crawford 2011, 116–117). Verkon, sosiaalisten medioiden ja muiden teknologisten innovaatioiden myötä rajojen voidaan nähdä hämärtyneen entisestään. Tutkijoiden näkemysten mukaan olemme siirtyneet hajautuneempaan uutisten ekosysteemiin, ja rajat niin toimittajien ja yleisön kuin eri medioiden ja niiden tuotteiden välillä ovat hämärtyneet. Se, mikä lasketaan uutiseksi, vaihtelee henkilöittäin. Siihen vaikuttavat maantieteellinen sijainti, kansallisuus, ikä, kiinnostus ja ammatti (Crawford 2011, 116). Jollekin sosiaalisen median käyttäjän tilapäivitys voi sisältää yllättävän ”uutisen”, jolla ei kuitenkaan ole merkitystä laajemmalle yleisölle (ks. myös luku 6).

Aiemmin valtavirtamedia pystyi määrittämään agendan voimakkaammin valikoimalla seuraavan päivän sanomalehden uutisaiheet, mitä uutiset ovat. Uutisteollisuuden silmäterä – uutuuuteen tukeutuva lopputuote – vanhenee nykyään hetkessä, eikä uutistoimituksilla ole vastaavanlaista kontrollia uutistarinaan tai ainakaan sen sosiaalisissa medioissa saamiin sivujuoniin. Nopeutuneen uutissyklin tuoma rasite ja laskevat levikit ovat saaneet toimitukset muokkaamaan uutiskriteereitään. Uutuuden rinnalle on noussut henkilökohtaisuus ja kiinnostavuus (Fenton 2010, Heikkilä et al. 2012).

Kuluvan vuosituhanen alun mediaympäristössä keskeiseksi on noussut yhteydenpito, vuorovaikutus ja sisältöjen jakaminen. Tutkijoiden mukaan sisältöjen merkitys niin mediataloudessa kuin käyttäjien arjessa näyttää vähentyneen. (Seppänen & Väliaverron 2012.) Tätä näkemystä vastaan puhuu kuitenkin

viimeisen parin vuoden aikana Suomeen rantautuneet hitaan journalismin muodot sekä toisaalta kuluttajien kiinnostus ostaa yksittäisen median yksittäisiä artikkeleita tai muita mediasisältöjä<sup>15</sup>. Tämänkaltaisen mediakäytön laajuudesta ja kannattavuudesta ei ole kuitenkaan tarkkaa tietoa. Seppänen et al. (emt.; ks. myös 5.1.2) mukaan hittien luominen on yhä haastavampaa<sup>16</sup>.

Verkostoyhteiskunnassa uutisten ominaispiirteisiin voidaan liittää ainakin seuraavat ominaisuudet: *uusi, päivittyvä, lyhytikäinen, reaktiivinen, jatkuva, henkilökohtainen, kiinnostava, kuvaava, informatiivinen, tunteikas, myyvä, yksinkertaistava, interaktiivinen, yleisöä aktivoiva, kollektiivinen, läpinäkyvä, tarinallinen, monitulkintainen, merkityksellinen, hypertekstuaalinen, linkattava, jaettava, kommentoitava, puhuttava, viihdyttävä, kontekstiriippuvainen, polarisoiva, pirstaloiva, yhteisöllistävä, perinteisiä toimittaja-yleisö-suhteita haastava ja toimitusprosesseja muokkaava*. Kuten on havaittavissa, moni ominaisuus vaikuttaa keskenään ristiriitaisilta ja jopa toisensa poissulkevilta. Sisältöjen laajan kirjon lisäksi tulkinnat muodostuvat prosessissa, jonka seurauksena saman uutisen lukijoilla voi olla hyvinkin erilaiset tulkinnat sen sisällöstä. Teoriassa sama uutinen voi siis aktivoida ja polarisoida yleisöä riippuen tarkastelun tasosta.

Sosiaaliset mediat ovat tuoneet yleisön pirstaloituneisuuden ja polarisoitumisen näkyväksi ja toisaalta mahdollistaneet hyvin yksityiskohtaisen mediakäytön seuraamisen. Verkossa journalistisen sisällön kommentointi on nopeaa ja helppoa, mutta usein myös kärjistettyä, nimetöntä eikä erityisen rakentavaa. Heikkilä et al (2012, 165) ehdottaa, että toimittajien tulisi suhteuttaa verkon näkyvimvät argumentit ja lieveilmiöt siihen, millaista yleisön tulkitseva toiminta on laajemmin. Tulkinnat eivät synny irrallaan ympäristöstä vaan osana sosiaalisia verkostoja. Tulkintojen muodostukseen kuten kommentoinnin sävyyn tullaan kiinnittämään huomiota luvussa 8 käsiteltävässä tapaustutkimuksessa. Teoreettisten havaintojen pohjalta sisällönanalyysissa huomioidaan myös journalistisen prosessin läpinäkyvyys, lähteiden käyttö, roolijako ja henkilökohtaisuus (ks. tarkemmin luku 8).

---

<sup>15</sup> Vuoden 2013 esimerkkejä ovat Ylen verkkosivuille koottu Hitaat-osasto, yksittäisiin pitkiin tutkivan journalismin artikkeleihin erikoistunut Long Play ja nettitelevisiot, kuten NetFlix.

<sup>16</sup> Long-tail-teoria (ks.esim. Seppänen et al. 2012; luku 5.1.2).

## 6 Todellisuus sosiaalisessa mediassa

Perinteisen ja sosiaalisen median suhde on monitahoinen ja rajat ovat häilyvät. Sosiaalisessa mediassa tuotetaan sisältöjä, mutta varsinainen toiminta liittyy sisältöjen jakamiseen. Sosiaalinen media omaksuu paljon perinteisen median sisältöjä, mutta perinteinen media etsii sisältöjä sosiaalisesta mediasta (Matikainen 2012). Tärkeää ja kiinnostavaa tässä vuorovaikutuksessa on sirkulaatio eli sisältöjen jatkuva sosiaalinen kierrätys. Tällöin on vaikea määritellä, mistä jokin sisältö on lähtöisin ja onko perinteinen vai sosiaalinen media määräävämpi taho. Yleinen huomio on, että perinteinen media paitsi tuottaa myös muokkaa sosiaalisen median sisältöjä. Sosiaalinen ja perinteinen media muodostavat yhdessä medioituneen kokonaisuuden, josta rakentuu uudenlainen mediajulkisuus (Matikainen 2012).

Tässä luvussa syvennyttään tutkimuskysymykseen 2. liittyvään sosiaalisen median määritelmään ja Facebookin ominaispiirteisiin sekä verkon herättämiin huoliin yksityisyydensuojasta. Lopuksi luodaan katsaus verkkoviestinnän erityispiirteisiin ja sosiaalisten verkostojen rooliin mediatekstien tulkinnassa.

### 6.1 Sosiaalinen media

Sosiaalisella medialla viitataan sekä yksittäisiin internet-palveluihin että kollektiivisesti yksittäisten palveluiden kokonaisuuteen ja käyttötapoihin (ks. esim. Hintikka 2011, 118). Yleisellä tasolla käsitteellä saatetaan myös viitata mediasisältöjen tuotannon hajautumiseen. Käsitteen moninaiset käyttötavat ja toisaalta sosiaalisten medioiden suhteellisen nopeat muutokset – joiden pysyvyyttä on vaikea arvioida – tekevät määrittelystä haastavaa. Edes tutkijat eivät ole yhtä mieltä siitä, mitkä verkon palvelut ovat sosiaalisia medioita ja mitkä eivät. Esimerkiksi Twitter määritellään ajoittain sosiaaliseksi mediaksi (esim. Russell 2011) ja ajoittain joukkoviestimeksi (esim. Castells 2011 [2009], 67). Mikro-blogi Twitterissä viestintä muistuttaa enemmän normatiivista kaksisuuntaisuuden ideaalia kuin mitä sosiaalisilta medioilta yleensä odotetaan. Sosiaalinen media mielletään usein interaktiiviseksi, dialogiseksi ja autenttiseksi. (Schultz, Utz & Göritz 2011).

Sosiaaliset mediat voidaan nähdä verkossa olevina sosiaalisina tiloina (Castells 2011 [2009], 68) tai henkilökohtaisen informaation tiloina (Deuze 2007, 31). Tässä työssä sosiaalinen media kattaa kaikki vuorovaikutteiset palvelut, joihin käyttäjä voi tuottaa itse sisältöä. Sosiaalisen median käsitteen alle mahtuu siis monen tyyppisiä palveluita, jotka muodostavat sisäkkäisiä ja rinnakkaisia julkisuuksia, jotka yhdessä muiden palveluiden julkisuuksien kanssa ovat osa digitaalista julkisuutta.

Tämän tutkimuksen keskiössä ovat sosiaaliset verkostoitumispalvelut, erityisesti Facebook, ja valtavirtamedioiden verkkosivut HS.fi ja Il.fi, sosiaalisten medioiden kytkentöineen. Sosiaaliset verkostoitumis- tai yhteisöpalvelut tukevat pääasiassa olemassa olevia sosiaalisia verkostoja, mutta osa auttaa yhteisiä intressejä jakavia henkilöitä löytämään toisensa (boyd & Ellison 2007, 211–214). Tyypillisesti ne tarjoavat käyttäjilleen profiilin, mahdollisuuden ladata sisältöä ja viestittelyn monessa eri muodossa yhdelle tai useammalle käyttäjälle (Joinson 2008; Lietsala & Sirkkunen 2008, 42–58).

Tiettyjen medioiden tai palveluiden nimittäminen sosiaalisiksi medioiksi ei kuitenkaan tarkoita, että perinteinen media olisi epäsosiaalista: Monista medioista löytyy myös niin ikään joukkoviestinnän kuin sosiaalisen median toimintaperiaatteita ja piirteitä, ja eri mediat limittyvät toisiinsa. (ks. esim. Lietsala & Sirkkunen 2008, 137–182; Seppänen & Väliaverron 2012, 37.) Sosiaalisen median käsitteellä kuvataan verkkopalvelua, jonka sisällöstä suurin osa on käyttäjien tuottamaa tai joka hyödyntää muiden sivustojen sisältöä feedinä eli virtana (Lietsala ja Sirkkunen 2008, 42–51). Sosiaalinen media ei ole vain väline tai alusta, sillä sen olemassaolo on riippuvainen käyttäjistä.

Sosiaaliset mediat ovat usein julkisia tai puolijulkisia (ks. esim. emt.; Hintikka 2011; boyd & Ellison 2008). Esimerkiksi Twitter on lähtökohtaisesti julkinen, kun taas Facebook on luonteeltaan yksityisempi. Sosiaalisten medioiden käyttäjien henkilökohtaiset tai henkilöityneet julkaisut voivat saavuttaa laajojakin yleisöjä, minkä seurauksena sosiaalinen media voi hämärtää henkilökohtaisen ja joukkoviestinnän välisiä rajoja (Schultz, Utz & Göriz 2011).



Castells (2011 [2009]) viittaa ilmiöön käsitteellä ”*yksilöiden joukkoviestintä*” (engl. mass self-communication). Hänen mukaansa internetin kehitysaskeleet ovat laajentaneet sosiaalisia tiloja ja horisontaalisista verkostoista on tullut tehokkaita viestintäkanavia (Castells 2011 [2009], 63–71). Perinteiset mediat haluavat hyödyntää kavereiden merkitystä uutislähteinä, houkuttelemalla lukijoita suosittelemaan ja kommentoimaan artikkeleitaan omille kavereille. Sosiaalisissa medioissa on elämää ja toimintaa eli liikennettä, mikä houkuttelee puolestaan mainostajia. Sosiaalisista medioista ei ole kuitenkaan muodostunut ensisijaisia kanavia henkilökohtaisten suhteiden muodostamiseen, ja suhteellisesti pieni osa käyttää internetiä henkilökohtaiseen viestintään ventovieraiden kanssa (Aro 2011, 56).

Sosiaalisten medioiden verkostot rakentuivat aiemmin yhteisten intressien, nykyään pääasiassa henkilöiden ympärille (Russell 2011, 79). Hintikan (2011) mukaan jokaisella on oma, *yksilöllinen verkostonsa* jokaisessa sosiaalisessa mediassa erikseen, osin siksi, että kaikki eivät käytä kaikkia samoja palveluita. Mutta vaikka verkostoissa olisi eroja, käyttäjä saattaa kierrättää samaa viestiä useissa eri palveluissa, sillä yhdessä palvelussa jaetun viestin jakaminen toisessa on varsin yksinkertaista. Verkostomaisuus ja linkittyneisyys vaikuttavat tiedon sirkulaatioon sosiaalisessa mediassa sikäli, että tieto voi sirkuloida saman henkilön eri palveluissa oleviin verkostoihin muutaman sekunnin viiveellä.

Sosiaalinen media voidaankin nähdä teknologiasidonnaisena ja rakenteisena prosessina, ”jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla vertais- ja käyttötuotannon kautta. Samalla sosiaalinen media on jälkiteollinen ilmiö, jolla on tuotanto- ja jakelurakenteen muutoksen takia vaikutuksia yhteiskuntaan, talouteen ja kulttuuriin” (Erkkola 2008, 83).

Mobiiliteknologia ja verkkopalvelujen kehitysaste ovat johtaneet tilanteeseen, jossa mediat ovat jatkuvasti käden ulottuvilla, ja oman elämän jatkuva raportointi ystäville ja laajemmalle yleisölle niin halutessa on mahdollista, minkä seurauksena voidaan puhua sosiaalisen todellisuuden siirtymisestä osittain verkkoon.

Vaikutukset näkyvät myös toimittajien työssä. Sosiaalisista medioista on tullut samalla toimittajien jokapäiväisiä työkaluja: palveluissa luodaan ja ylläpidetään suhteita, etsitään ja organisoidaan tietoa sekä raportoidaan uutistapahtumista suoraan tapahtumapaikalta.

## 6.2 Facebook-ympäristö

Osa sosiaalisista medioista painottaa enemmän sosiaalisuutta, osa sisältöjen jakamista ja osassa ominaisuudet limittyvät (Hintikan 2011). Tämän tutkimuksen keskiössä on maailman liikennöidyin internet-sivusto Facebook (Miller 2011; Alexa 2013), joka joidenkin tutkimusten mukaan on niin ikään maailman suosituin sosiaalinen yhteisöpalvelu ja yksi arvokkaimmista internet-yrityksistä (Uskali 2011). Suomalaisten Facebook-boomin voi ajoittaa vuoteen 2007, jolloin yli kolmannes nykyisistä käyttäjistä liittyi palveluun<sup>17</sup> (Ridell 2011). Hintikan (2011) mukaan Facebook kuuluu sosiaalisuutta painottavaan ryhmään. Niin ikään Facebook (2012) määrittää itse itsensä ”yhteisölliseksi sovellukseksi”.

boyd & Ellison (2008, 210–214) tiivistävät sosiaalisen verkostopalvelun määritelmän seuraavasti: sosiaaliset yhteisöpalvelut ovat verkkopalveluita, jotka mahdollistavat julkisen tai puoli-julkisen profiilin luomisen ja omien kontaktien listaamisen, seuraamisen sekä niiden hallinnan. Kontaktien tai suhteiden nimitys voi vaihdella palveluiden välillä. Tutkijakaksikon määritelmä kuvaa hyvin palvelun ominaisuuksia, mutta sivuuttaa palveluiden viestinnällisen ja yhteisöllisen ulottuvuuden.

Sosiaaliset yhteisöpalvelut<sup>18</sup> keskittyvät verkostoitumisen ja vanhojen yhteisön toiminnan tukemiseen sekä uusien yhteisöjen luontiin (Lietsala & Sirkkunen 2008), vaikka niitä voi toki käyttää myös palvelun alkuperäisen tarkoituksen vastaisesti tai siitä muuten poikkeavalla tavalla. Online-yhteisöjen nähdään joko tuovan yhteen jo

---

<sup>17</sup> Vuoden 2010 alussa toteutettuun tutkimukseen vastasi 2189 suomalaista. Kaksi kolmesta vastaajasta oli naisia, enemmistö 1980-luvulla syntyneitä. Vastaajista lähes puolella (48,1 %) ”suurin osa” läheisistä ihmisistä on Facebookissa. Käyttäjäkokemusten mukaan palvelun parhaita puolia on yhteydenpidon ”helppous”. (Ridell 2011, 27–28.)

<sup>18</sup> Yhteisöpalveluihin viitataan usein myös verkko-yhteisöpalveluna tai verkostopalveluina (Sanastokeskus TSK 2010), jotka toimivat tässä tutkimuksessa toistensa synonyymeina.

valmiiksi *samat uskomukset* jakavia henkilöitä tai tasoittavan olemassa olevia sosiaalisia jakoja (Deuze 2007, 32).

Facebookissa käyttäjä luo itselleen *profiilin*, jossa hän esiintyy lähtökohtaisesti omalla nimellään. Lisäksi profiiliin on tapana lisätä kuva ja tietoa itsestä, kuten opiskeluhistoriasta, töistä ja suosikkiartisteista sekä harrastuksista. Profiili muodostaa henkilökohtaisen *seinän* (engl. wall), joka on nykyisessä (kevät 2013) Facebookissa *aikajanan* (engl. timeline) kaltainen.

Käyttäjä voi valita, mitä sisältöjä hän haluaa jakaa ja kenen kanssa sekä kuinka näyttävästi kyseiset sisällöt näkyvät aikajanalla. Täten voidaan ajatella, että Facebookin jäsenillä voi olla useita Facebook-verkostoja, joille tiettyä sisältöä kohdennetaan. Näissä verkostoissa muodostuu *pienoisjulkisuuksia*, joita on palvelussa kokonaisuudessaan loputtomasti. Käyttäjä jakaa pienoisjulkisuuksissaan ”arkisen elämän virtaa”, jolla ei välttämättä nähdä olevan suurta yhteiskunnallista merkitystä, mutta sillä on merkitystä verkostolle (Matikainen 2012; vrt. luku 3.2).

Sisällöt voivat olla esimerkiksi kuvia, tykkäyksiä (engl. like), linkkejä ja statuksia. *Status* eli tilapäivitys on käyttäjän henkilökohtainen uutinen, huomio, kommentti, tunnereaktio tai vastaava, jonka hän jakaa verkostonsa tai verkostojensa kanssa. Käyttäjät voivat kirjoittaa myös muun muassa yksityisviestejä ja pikaviestejä toisilleen. Vuorovaikutus tapahtuu siis joko jäsenten kesken tai julkisemmin ryhmissä (engl. group) tai sivuilla (engl. page).

Käyttäjä voi kutsua omaan Facebook-verkostoonsa tuttuja, kavereita, sukulaisia jne. lähettämällä kaveripyynnön. Toisen osapuolen täytyy hyväksyä pyyntö ennen kuin hän tulee osaksi verkostoa. Kutsun voi myös ohittaa. Pyyntöön lähtökohtana on, että käyttäjä haluaa jakaa profiilinsa tietoja toisen osapuolen kanssa ja toisaalta päästä näkemään hänen profiilinsa. Käytännössä Facebook-suhde saattaa kuitenkin jäädä löyhäksi (Hintikka 2011, 121). Facebook-verkoston käyttäjien jakamat sisällöt ja mainokset kerääntyvät *uutisvirtaan* (engl. news feed). Käyttäjä voi hallinnoida, kenen jakamia sisältöjä hän haluaa seurata omassa virrassaan. Lisäksi Facebook-kavereiden aktiivisuutta voi seurata ns. *mini-uutisvirran* (engl. mini-feed) kautta.

Yhteydenpidon lisäksi Facebookissa oleminen ja viestiminen kytkeytyvät toisten yleisönä olemiseen ja muille näkymiseen (Ridell 2011, 185–194). Esiintymisen ja näkymisen muodot ovat moninaisia, sillä Facebookissa voi viestiä samanaikaisesti monella eri tavalla erilaajuisesti yksilölle, ryhmälle tai esimerkiksi tietystä kaverijoukosta muodostuvalle verkostolle. Ridellin vuoden 2010 alussa toteuttamassa Facebook-kyselytutkimuksessa selvisi, että käyttäjistä tilapäiviyksiä kirjoittaa kertomansa mukaan usein 36,5 prosenttia ja joskus 33,8 prosenttia käyttäjistä. Valokuvia katselee usein lähes puolet, ja niiden kommentointi on yleistä. Kuten aikaisemmista tutkimuksista on käynyt ilmi, myös Ridellin tutkimuksen mukaan muiden tuottamien sisältöjen seuraaminen on huomattavasti omien sisältöjen julkaisua yleisempää. Ajankäytön näkökulmasta käyttäjät jakautuvat kahteen ryhmään: he joko tekevät sivustolle lyhyitä alle puolen tunnin vierailuja tai vaihtoehtoisesti sivusto on koko ajan auki, jolloin sitä käytetään muun tekemisen lomassa eripituisia aikoja.

Ridellin (2011) mukaan Facebook tuntuu fyysisen maailman vuorovaikutustilanteita matkimalla tavoittelevan tunnetta, jossa käyttäjät kokevat olevansa samanaikaisesti samassa virtuaalitilassa. Antropologi Millerin (2011) mukaan Facebookin merkitys nojaakin sen tarjoamissa mahdollisuuksissa rakentaa uudestaan sosiaalisia suhteita esimerkiksi etäällä olevien ystävien tai perheen kanssa. Hänen näkemyksensä mukaan Facebook tietystä määrin korjaa modernissa mobiilissa elämässä koettua läheisten ihmissuhteiden puutetta, sillä se mahdollistaa ajasta ja paikasta riippumattoman viestinnän lähipiirin kanssa - lähipiirin jonka varaan ihmisten onnellisuus usein nojaa (Miller 2011).

Millerin näkemyksestä poiketen en näe Facebookin tai muiden sosiaalisten medioiden käytön motiivina puutteen korvaamista. FB on pikemminkin kätevä, matalan kynnyksen yhteydenpitokanava ja tila, jossa sosiaalisen elämän suhteita ylläpidetään. Länsimaissa Facebook on saavuttanut nopeasti aseman välttämättömyytenä, josta kieltäytyminen saattaa ”herättää jopa sosiaalisen pakon luonteista oudoksuntaa” (Ridell 2011, 16). Tämä välttämättömyyden asema saattaa kuitenkin horjua nopeasti käyttäjien omaksuessa jonkin toisen median elämäänsä.

## 6.3 Yksityisyys ja muutuskritiikki

Timeline-uudistus ei ole ensimmäinen kritiikkiä osakseen saanut muutos Facebookissa. Esimerkiksi uutisvirta ja mini-uutisvirta saivat aikaan laajan palauteryöpyn, jota perustajajäsen Mark Zuckerberg joutui pyytämään myöhemmin anteeksi (Hoadley et al. 2009). Uutisvirrasta tuli tuolloin käyttäjien etusivu, joka aukeaa ensimmäisenä sisään kirjaututtaessa, ja oma profiilisivu muuttui palvelun kotisivuksi. Uutisvirta kerää yhteen näkymään tietoja 'kavereiden' aktiivisuudesta yhteisömediassa, kun aiemmin tietoihin pääsi käsiksi, mikäli niitä etsi aktiivisesti eli käytännössä meni kyseisen henkilön profiiliin. Yksityisyydensuoja ei teknisesti katsottuna kaventunut, mutta boyd (2008) huomauttaa, että yksityisyysasioissa on kyse myös käyttäjien tunteista ja sosiaalisesta dynamiikasta: muutoksen seurauksena käyttäjät kokivat tulleen paljastetuiksi ja menettäneensä kontrollin.

2010-luvun Facebookissa käyttäjä saa jatkuvasti päivitettyä tietoa FB-kavereistaan ilman, että hän pitää heihin aktiivisesti yhteyttä (Miller 2011, 208). Tiedon ja uutisten leviämisen kannalta sosiaalisen median rooli on merkittävä, mutta vaikka monen sosiaalisen median ja sen käyttäjän tavoitteena olisikin aiempaa tehokkaampi (henkilökohtaisen) tiedon jakaminen, se ei välttämättä ole käyttäjien ihanne (boyd 2008, 18).

Hoadley et al. (2009) korostavatkin, että yksityisyydestä puhuttaessa kontrollin konseptia tulisi lähestyä psykososiaalisesta näkökulmasta todellisen kontrollin sijaan. Lisäksi olennaista on, miten helposti tietoihin pääsee käsiksi (boyd 2008; Hoadley et al. 2009). Käyttäjien (puoli)julkisissa kohtaamisissa jaetaan intiimejäkin sisältöjä, eivätkä kavereiden vanavedessä palveluun liittyneet facebookkaajat ole välttämättä miettineet niiden pysyvyyttä palvelussa tai palvelun kaupallista ulottuvuutta. Sosiaalisissa medioissa käyttäjien kohtaamisista tulee hyödykkeitä, joita myydään mainostajille (Fuchs 2010).

Suomalaiskäyttäjien kokemusten perusteella Facebookiin liittyvistä huonoista puolista merkittävin on "yksityisyyteen liittyvät ongelmat", jotka kytkeytyvät virallisten tietojen tai muuten henkilökohtaiseksi miellettyjen asioiden turvassa ja ulkopuolisilta suojassa pysymiseen. Tämän jälkeen eniten

huolestuttavat ”toimimattomuus palveluna” ja ”sivustolla kiertävä roska, krääsä ja spämmi”. (Ridell 2011.) Moni tutkija asettaa runsaasti painoarvoa käyttäjien kokemukselle lainsäätelyn mukaisuuden sijaan. Niin ikään yhteisöllisyyden tunne kytkeytyy kokemukseen.

Ridellin (2011) tutkimuksen mukaan Facebookin koetaan muuttaneen yhteydenpidon ja viestittelyn käytäntöjä sekä luoneen uudenlaisen kaverina olemisen muodon – ”Facebook-kaveruuden”. Deuzen mukaan henkilöt, jotka käyttävät internetiä säännöllisesti, kokevat yhteisöllisyyden tunteen sekä syvenevän että laajentuvan (Deuze 2007, 32). Sen sijaan Ridellin mukaan facebookkaajista ”melkoinen osa” pitää mediavälitteisen viestinnän lisääntymiseen liittyvää muutosta negatiivisena. Heidän mielestään viestinnästä on tullut liian helppoa, kevyttä ja pinnallista, mikä vieraannuttaa ihmisiä toisistaan ja rajaa ikävät asiat ulkopuolelle. (Ridell 2011, 105–111.)

Tutkija Ridell (emt., 123–125) kuitenkin huomauttaa, että käyttäjäkokemuksiin liittyy ristiriita, sillä palvelun huonoiksi puoliksi koetut seikat ovat samalla sen hyviä puolia. Erään tulkinnan mukaan kokemus on positiivinen silloin, kun käyttäjä pääsee seuraajan positioon ja negatiivinen tarkoituksettomasti esiintyjäksi ”jouduttaessa”. Suhtautuminen Facebookiin on monin tavoin *kaksijakoista*: niin käyttäjät kuin tutkijat samaan aikaan ylistävät ja kritisoivat samoja ominaisuuksia. Kaksijakoisuus on värittänyt myös palveluun liittyvää julkista keskustelua, ja tulen tarkastelemaan sitä myös tarkemmin analyysiosassa.

Tietovuotohuhut kytkeytyvät käyttäjien kokemukseen yksityisyyden suojasta ja palvelun luotettavuudesta, ja tältä pohjalta en tule sen tarkemmin ottamaan kantaa, oliko FB:n Timeline-uudistukseen liittynyt tietovuoto todellinen vai ei, sillä keskustelua käytiin käyttäjien kokemusten pohjalta. Jatkossa tietovuodon todellisuutta käsitellään facebookkaajien ja uutisten sisältämien argumenttien valossa.

## 6.4 Verkkoviestintä

Tässä tutkielmassa verkkoviestintä, viestintä verkossa nähdään sosiaalisena unohtamatta kuitenkin verkkoon liittyviä teknologisia ominaisuuksia, joita on käsitelty aiemmin. Tässä alaluvussa käsitellään verkkoon liittyvän viestinnän ja vuorovaikutuksen ominaispiirteitä sirkulaation näkökulmasta. Vertaisverkostojen merkitystä ja lukemista syvennetään seuraavassa alaluvussa.

Verkko mahdollistaa interpersonaalisen vuorovaikutuksen<sup>19</sup> ja joukkoviestinnän sekä reaaliajassa eli synkronisesti että asynkronisesti (Matikainen 2011; 2008 [2006]). Viestintä voi olla kahdenvälistä, yhdeltä usealle tai monelta monelle. Facebookissa viestintä voi olla mitä tahansa edellä mainituista. Mediakäytön sosiaalisuus merkitsee sitä, että sisällöt saavat merkityksiä niitä samaan aikaan seuraavilta henkilöiltä (Heikkilä et al. 2012, 193). Esimerkiksi jääkiekon 2013 MM-kisojen aikaan seurasin peliä ravintolan kisakatsomon televisiosta yhdessä ystäväni ja muiden asiakkaiden kanssa. Muun fyysisesti samassa paikassa olleiden henkilöiden kommentteja pelistä täydensivät kavereiden viestit sosiaalisissa medioissa. Jos en olisi itse seurannut peliä, kommenttien ja jaettujen artikkeleiden ja kuvien merkitys olisi ollut todennäköisesti eri.

Ikäpolvien mediakäytön välillä on kuitenkin havaittu ero: Vanhemmille sukupolville verkko on väline ja media muiden joukossa, nuoremmille sukupolville se on tila (Matikainen 2011; jaottelusta Aula et al. 2008 [2006], 10–11). Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että nuorempien sukupolvien mediakäyttö kuvaa aiemmin mainittua mediassa olemista ja elämistä, kun vanhemmat sukupolvet käyttävät verkkoa pääasiallisesti välineenä. Väitteisiin osallistuvammasta sukupolvesta tulee kuitenkin suhteutua kriittisesti, sillä monien tutkimusten mukaan aktiivisten osallistujien määrä on pieni (van Dijck 2009) ja, kuten aiemmin on mainittu, osallistumisen muodot voivat jäädä pinnallisiksi. Se, miten uusi teknologia – kuten verkon mahdollistamat viestintämuodot – otetaan käyttöön, riippuu henkilökohtaisista valinnoista, olosuhteista, persoonallisuudesta ja tarpeista (Baym, Zhang & Lin 2004). Esimerkiksi kaukosuhteita ylläpidetään verkon välityksellä yhtä

---

<sup>19</sup> Interpersonaalisen viestinnän synonyyminä voidaan käyttää keskinäisviestintää.

usein kuin puhelimitse, kun taas lähekkäin asuvat tukeutuvat enemmän kasvotusten viestintään (emt.).

Verkkoviestintää on tutkittu runsaasti vuorovaikutuksen näkökulmasta. Osa viesteistä tähtää intiimien suhteiden ylläpitoon, osa ”persoonallisten arkistojen rakentamiseen” (Koskinen 2008 [2006], 125). Jälkimmäisellä viitataan esimerkiksi kännykkäkuvien oton ja julkaisun tyyppiseen viestintään, mikä vaatii nykyteknologialla vain muutaman klikkauksen. Sosiaalisessa mediassa sisältö on pääasiassa *lyhyttä* ja *nopeaa*, eikä sitä voida siten verrata perinteisen median sisältöjen tuotantoprosessiin. Ne voivat kuitenkin saavuttaa yhtä laajan yleisön. (Matikainen 2011.) Sosiaalisessa mediassa tavoitteena saattaa olla yhtälailla viihdyttäminen, keskustelu kuin halu jakaa tärkeäksi koettu hetki (Crawford 2011, 119). Uutisten tavoittellessa objektiivisuutta sosiaalisessa mediassa avoin subjektiivisuus on jopa suositeltavaa.

Verkossa käytetään usein huomattavan leikkisää kieltä, erityisesti huumoria (Baym 2004 [2002]). Baymin (emt.) mukaan huumori on jopa useammin läsnä verkkokeskusteluissa kuin verkon ulkopuolella. Huumoria käytetään esimerkiksi meemeissä tai sosiaalisen median tilapäivityksissä. Selvitysten mukaan verkossa niin ikään pidetään huumoriviesteistä sekä niiden kirjoittajista (Baym (2004 [2002])). Viesteissä voidaan esimerkiksi kiusoitella, kujeilla mutta yhtälailla haistatella tai heittää herjaa. Tutkijoiden mukaan keskustelu voi olla toisinaan monologista ja aggressiivista varsinkin anonymiteetin takaavissa palveluissa (Matikainen 2012; Baym (2004 [2002])). Facebookin kaltaisessa ympäristössä toimitaan usein omalla nimellä, minkä on nähty edistävän rakentavampaa vuorovaikutusta (Matikainen 2012).

Runsas keskustelu ei kuitenkaan välttämättä lisää dialogia vaan pikemminkin ideologisesti kiistanalaisten ajatusten vastakkainasettelua. Tämä johtunee Matikaisen (2012) mukaan siitä, että verkossa on tapana esiintyä kärjekkäämmin kuin verkon ulkopuolella. Verkko tuokin näkyväksi yhteiskunnassamme vallitsevat jämähtäneet keskusteluasetelmat (emt.).



## 6.5 Vertaisverkostot ja lukeminen

Puheet lukemisen vähentymisestä verkon ja sosiaalisen median käytön yleistymisen myötä voidaan asettaa kyseenalaiseksi (vrt. luku 5.1.2) tuoreiden lukijatutkimusten valossa. Sosiaalisen median käyttäjien sisällöt eivät ole sinällään perinteisen median kilpailijoita, eikä verkkoviestintä ei ole suoranaisesti vähentänyt lukemista, mutta se on vienyt lukuaikaa perinteisiltä medioilta, kuten sanomalehdiltä (Herkman & Vainikka 2012; Matikainen 2011).

Verkostoyhteiskunnassa tekstit sijaitsevat erikaltaisissa viestintäympäristöissä, jotka vaikuttavat tekstien tulkintaan. Herkmanin ja Vainikan (2012) mukaan lukemista ei pitäisi ymmärtää vain kognitiivisena taitona tai klassikkojen ahmimisena vaan laajemmin erilaisten tekstimuotojen lukemisena. Mediaympäristöjen muutos on synnyttänyt uusia lukemisen muotoja (emt.), ja se mitä luetaan ja miten luetaan, vaikuttaa jopa identiteettien muodostamiseen ja miten kukin elää (Herkman et al. 2012). Tässä työssä lukeminen ymmärretään laajemmin merkityksiä tuottavaksi prosessiksi. Tekstien tulkintaan vaikuttaa käyttäjän henkilökohtaisten tietojen ja taitojen lisäksi ympäröivän yhteiskunnan ja yhteisön ideologia(t). Tulkinta syntyy vuorovaikutuksessa omien verkostojen kanssa.

Sosiaalisen median vertaisverkostojen rooli mediasisältöjen kulutuksessa ja tulkinnassa on entistä tärkeämmässä asemassa (Villi 2011). Suuri osa nettisukupolvesta – eli vuosina 1977–1997 syntyneistä – on tottunut multimodaalisiin viestintäympäristöihin ja hankkii uutisensa verkosta (Matikainen 2011; Herkman et al. 2012) ja kuten mainittu, omia kavereita pidetään yhä tärkeämpänä ”uutislähteenä”. Sosiaalisissa medioissa viestit suodattuvat kavereiden, tuttavien ja muiden verkoston osien välityksellä omaan viestien virtaan. Niin Facebookissa kuin Twitterissä omaan verkostoon valikoidut kaverit ja seurattavat ovat erittäin subjektiivinen filtti, joka priorisoi ja järjestää uutisagendan uusiksi ja vaikuttaa siten siihen, mitä tietoja ja uutisia ylipäättään osuu käyttäjän silmiin (ks. esim. Crawford 2011).

Suuri osa sosiaalisen median käytöstä täydentää tai kommentoi perinteisen median uutisjournalismia (Matikainen 2011, 135). Lisäksi sosiaalisissa verkostoissa

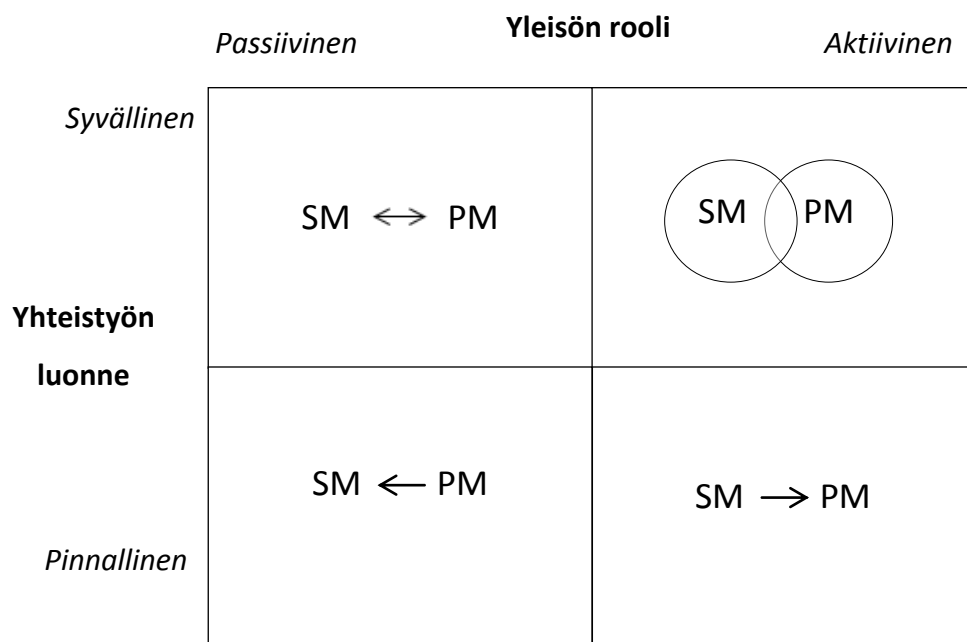
tuotetaan ja jaetaan muun muassa hyödylliseksi koettua tietoa tai havaintoja ympäröivästä yhteiskunnasta. Nämä ”uutiset” voivat olla turhanpäiväisiä suurelle yleisölle, mutta merkittävä tai merkityksellinen uusi tieto julkaisijan lähipiirille. Puheenaiheiden kirjon ja uutisen määritelmän voidaan nähdä laajentuneen (Matikainen 2011), mutta toiston eri medioissa lisääntyneen.

Verkostoyhteiskunnassa verkostojen läpi kulkevista tietovirroista on tullut entistä läpinäkyvämpi ilmiö (Wittel 2001; Castells 2011 [2009]). Toimitukset voivat esimerkiksi seurata, kuinka monta kertaa tiettyä verkkosivuilla julkaistua artikkelia on klikattu, jaettu ja kommentoitu ja niin edelleen. Lisäksi on palveluita, jotka esimerkiksi arvioivat yksityiskohtaisesti, kuinka kauan tietyn artikkelin lukemiseen on käytetty aikaa. Tämä on tuonut yleisön lähemmäksi toimituksia, mutta samaan aikaan yleisöä on aiempaa vaikeampi saada kiinni (Napoli 2011, tässä Matikainen 2011). Vain kolmannes kansalaisista on sitoutunut seuraamaan perinteisen median uutisvirtaa, ja osassa länsimaita viidennes on lopettanut perinteisen median uutisten seuraamisen kokonaan. Uutisjournalismin ja uutisten olemassaoloa pidetään tärkeänä ja niitä arvostetaan, mutta suhde uutisiin on ohentunut. (Matikainen 2011, 40.)

## 7 Mediaympäristö ja yleisö

Verkostoyhteiskunnassa uutistoimistojen sijaan globaalin tilan muodostajana toimivat uutistoimistojen sijaan verkko ja sen mahdollistamat verkostoitumismuodot. Ensimmäisen tutkimuskysymyksen kannalta merkittävien uutisiin ja verkostoyhteiskuntaan liittyvä muutos kuluneen vuosikymmenen aikana on henkilökohtaisuuden ja personoitumisen lisäksi uutuuden katoaminen hetkessä ja toisaalta merkitysten muodostuminen sosiaalisissa verkostoissa. Uutisten merkitys syntyy siis käyttötavoissa ja tulkinnoista, jotka heijastavat yksilöllisten tietojen ja osaamisen lisäksi verkostojen ideologiaa (ks. myös luku 4.2). Kun omien verkostojen merkitys uutislähteinä ja tulkitsijoina on korostunut, on tärkeää ymmärtää, sosiaalisen ja perinteisen median vuorovaikutuksen tasoja.

Alla kuvataan nelikentän avulla sosiaalisen ja perinteisen median monitasoista ja vaikeasti määriteltävää suhdetta tiedon sirkulaation näkökulmasta. Tulee muistaa, että erottelu on analyttinen yksinkertaistus, mutta se auttaa kuvattavan ilmiön hahmottamisessa ja käsitteellistämisessä. Nelikentässä pystyakseli kuvastaa medioiden yhteistyön luonnetta ja vaaka-akseli yleisön aktiivisuutta suhteessa perinteiseen mediaan – ei siis yleistä aktiivisuutta verkossa.



Kuvassa SM=sosiaalinen media, PM= perinteinen media

Kuvan vasemmassa alareunassa tiedonkulun suunta on ylhäältä alas, perinteisestä mediasta sosiaaliseen mediaan, jolloin sosiaalisten medioiden käyttäjien, yleisön, ja perinteisen median yhteistyötä uutistyyössä voidaan kuvata pinnalliseksi. Tällöin perinteinen media saattaa esimerkiksi hyödyntää sosiaalisia medioita omien viestiensä ja uutistensa julkaisussa, mutta ei kuitenkaan vastaa esimerkiksi muiden esittämiin kommentteihin tai vastavuoroisesti seuraa muita ko. sosiaalisen median käyttäjiä.

Siirryttäessä nelikentän alarivissä oikealle yleisön aktiivisuus suhteessa perinteiseen mediaan kasvaa, jolloin tietovirtojen suunta on alhaalta ylös, mutta yleisöjen ja ammattimedien suhdetta ei voi kuvata kovinkaan syvälliseksi.

Nelikentän kaikki tasot ovat olemassa rinnakkain ja limittäin, mutta vasen yläkulma kuvastanee parhaiten nykyistä verkostoyhteiskunnan mediamaisemaa, jossa sosiaalinen media ja perinteinen media vaihtavat tietoja ja informaatiovirrat kulkevat molempiin suuntiin, mutta yleisön rooli jää kuitenkin passiiviseksi laajemmassa mittakaavassa. Tämä ei tarkoita välttämättä sitä, ettei yleisö haluaisi olla aktiivisemmin mukana uutistuotannossa, mutta heille ei välttämättä anneta siihen pääsyä tai välineitä sen käytännöntoteuttamiseen. Kun yhteistyö sosiaalisen ja perinteisen median välillä on syvällistä ja yleisön rooli uutistuotannossa aktiivinen liikutaan kehikon vasempaan yläkulmaan.

Kuten aiemmin on mainittu, verkostoyhteiskunnan mediamaisemaa ja viestintää koskevan tutkimuksen rasisiteena ovat olleet välineuskollisuus ja jako onlineen ja offlineen. Valitettavasti tämänkin mallin rasisiteeksi voidaan katsoa jako sosiaaliseen ja perinteiseen mediaan, mutta tässä yhteydessä mediat tulisi ymmärtää laajemmin tiloina, joissa on mahdollista monenlainen ja -tasoinen läsnäolo, osallistuminen ja viestintä. Perinteinen media edustaa tässä mediataloja ja muita viestinnän ammattilaisia, jotka mielestään ovat ammattijournalisteja. Heidän kohdallaan viestintä on yhdeltä monelle tai harvoilta massoille, sosiaalisen median viestintä voi olla näiden lisäksi kahdenvälistä tai monelta monelle.

Facebookissa ja Twitterissä sirkuloi päivittäin miljoonia viestejä ja huomioita ympäröivästä yhteiskunnasta. Joskus, yksi viesti sirkuloi nopeasti systeemin läpi klusterista toiseen ja muuttuu henkilökohtaisesta uutisesta joksikin isommaksi. Saavuttaakseen uutisen aseman laajemmassa mittakaavassa, sen relevanssi ja kiinnostavuus täytyy tunnistaa yhteisesti. (Crawford 2011, 120). Verkostot vaikuttavat siihen, mistä tulee yleisemmin tunnustettuja uutisia. Ja kuten mainittu, toisinaan uutisten erottaminen tiedosta ja informaatiosta sekä tapahtumista ja lähteistä on vaikeaa. iSeuraavaksi havainnollistan luvussa 4 esitetyn määritelmän pohjalta tiedon sirkulaatiota Facebookin Timeline-uudistusta koskevalla tapaustutkimuksella.

## 8 Case: Facebookin Timeline-uudistus

Tutkielma on ensisijaisesti teoreettinen, mutta havainnollistan sirkulaation ilmiötä esimerkinomaisesti tapaustutkimuksella, jota menetelmänä luonnehditaan haastavaksi mutta sopivaksi monien moniulotteisten sosiaalisten ilmiöiden tutkimiseen. Tapaustutkimus auttaa vastaamaan kysymyksiin miksi tai miten, jotka ovat luonteeltaan enemmänkin selittäviä kuin tutkivia. (Yin 2009.) Tutkimus keskittyy tekstien sisältöihin sekä niiden mahdollisesti sisältämiin viittauksiin ja muihin aineistoon linkittyviin viestintäympäristön ominaispiirteisiin, kuten tykkäyksiin.

Tutkimuksessa tapauksen muodostaa yksi tapahtumaketju: Facebookin Timeline-uudistuksen yhteydessä sattunut epäilty tietovuoto talvella 2011. Tämä osan tavoitteena on yksityiskohtaisemmalla tasolla tuoda esiin aiempia teoreettisia havaintoja. Tapaustutkimus toteutetaan sisällönanalyysin ja prosessianalyysin menetelmin. Tutkimuksen avulla jäsennetään tiedon sirkulaation ilmiötä verkottuneessa ympäristössä ja sen merkitystä uutisille 2000-luvun toisen vuosikymmenen yhteiskunnasta. Seuraavaksi käsittelem tapaustutkimusta sekä sisällön- ja prosessianalyysia, minkä jälkeen luon katsauksen tutkimuksen aineistoon ja tutkimusprosessiin.

### 8.1 Tapaustutkimus

Tapaustutkimus soveltuu erityisesti uusien tutkimusalueiden tutkimiseen (Eisenhardt 1989). Lisäksi lähestymistapa soveltuu tähän tutkimukseen, sillä tavoitteena ei ole holistinen ymmärrys tietystä kulttuurisesta ilmiöstä vaan laajempi ymmärrys ilmiön vuorovaikutuksesta ja vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan (ks. esim. Haas 2004). Tapaustutkimuksissa liikutaan yleensä teoriasta dataan, mutta myös datalähtöisiä tutkimuksia kaivataan (Eisenhardt 1989). Tämä tutkimus edustaa deduktiivista tutkimusta, jossa teoriasta liikutaan edellä kuvattujen huomioiden analyysin kautta takaisin kohti teoriaa tiedon sirkulaatiosta sosiaalisen median ja uutisten välillä.

Tutkimus sijoittuu Yinin (2009, 46) tapaustutkimuksen nelikentässä yksittäiseen tapaukseen keskittyvään syventävään tutkimukseen. Valinta on mielestäni perusteltu tämän tutkielman laajuuden puitteissa, tapauksen käytön esimerkinomaisuudessa ja sikäli, kun vastaavanlaisen ilmiön tutkimiseen ei ole olemassa vakiintuneita tutkimusmenetelmiä eikä keskeisien käsitteiden kuvaamiin teemoihin laajasti hyväksyttyjä teoreettisia malleja. Yinin (2009, 48–49) mukaan yksittäistapauksen tutkiminen voi olla perusteltua juurikin tilanteissa, joissa tutkijat eivät ole päässeet tutkimaan ilmiötä aiemmin. Tässä tutkielmassa tuodaan esiin aiempaa syvempää ymmärrystä tiedon sirkulaatiosta nykyisissä mediaympäristöissä. Jatkuvasti päivittyvät verkkomediat ja -yhteisöt muuttavat median käyttötapoja ja sirkulaation intensiteettiä perinteisten medioiden dominoimaan mediamaisemaan verrattuna.

Tapaustutkimukselle ei ole yksiselitteistä määritelmää, sillä menetelmää voi käyttää hyvin monella tavalla tilanteesta riippuen (Saarela-Kinnunen & Eskola 2001, 159). Saarela-Kinnunen et al. (2001) korostavat, ettei tapaustutkimus olekaan varsinaisesti menetelmä vaan pikemminkin lähestymistapa tai näkökulma. Vaikken täysin kiistä heidän näkemystään, viittaan tapaustutkimukseen menetelmänä Yinin (2009), Flyvbjergin (2006) ja Haasin (2004) tapaan myös jatkossa.

Tapaustutkimus soveltuu erityisesti nykypäivän tapahtumien tutkimiseen. Edellytyksenä on, ettei tutkija voi merkittävästi vaikuttaa tutkittavaan kohteeseen tai siihen liittyviin tapahtumiin. Menetelmän vahvuuksiin luetaan sen joustavuus: tutkimusmateriaali voi olla melkein mitä tahansa dokumenteista haastattelunauhoihin. Luonteenomaista tutkimuksen kohteelle on, ettei ilmiön ja kontekstin rajat ole selkeitä. (Yin 2009). Esimerkiksi tutkimukseni aineisto koostuu uutisjutuista ja kommenteista (ks. tarkemmin luku 8.3), joiden muotoon vaikuttaa merkittävästi konteksti, mutta joiden syntyyn en ole henkilökohtaisesti vaikuttanut.

Tapaustutkimus sekoitetaan Yinin (2009, 14–16) mukaan usein muihin menetelmiin ja sen suosio menetelmänä on jäänyt kauas sen tarjoamiin mahdollisuuksiin nähden. Tutkijan mukaan tähän on syynä muun muassa puutteet aiemmissa tapaustutkimuksissa, jotka eivät ole olleet riittävän perinpohjaisia tai tieteellisesti

kurinalaisia. Toinen puute tai huoli liittyy yleistettävyyteen. Yhdestä tapauksesta on vaikea tehdä yleistyksiä, mutta toisaalta samaa kritiikkiä voi esittää myös kokeeseen pohjautuvaa tutkimusta kohtaan (ks. esim. Saarela-Kinnunen & Eskola 2001; Yin, 2009).

Kiviniemi (2010) korostaa, että laadulliseen tutkimukseen liittyvä aineiston vaihtelu on luonnollista, sillä tutkija itse kerää aineiston ja siten vaikuttaa ja oppii tutkimusprosessin edetessä. Hänen näkemyksensä mukaan vaihtelua ei voi siis pitää puutteena. Niin ikään Flyvbjerg (2006) lähestyy menetelmää prosessina, jossa tutkijasta tulee tutkimusalueensa asiantuntija. Teoreettisiin lähestymistapoihin verrattuna, tapaustutkimus kytkeytyy voimakkaammin kontekstiin ja käytäntöihin (Flyvbjerg 2006), mikä tukee tutkimuksen tavoitetta tarjota teorian lisäksi ammattikäytäntöihin kytkeytyvää akateemista tietoa tiedon sirkulaatiosta.

## 8.2 Prosessi- ja sisällönanalyysi

Prosessianalyysin avulla selvitetään tiedon kierron ajallisia ulottuvuuksia, jotta pystyttäisiin hahmottamaan erilaisia sosiaalisen sekä perinteisen median välisiä suhteita. Prosessianalyysi voidaan määrittää karkeaksi jonkin tai joidenkin prosessien analyysiksi. Tässä työssä FB:n Timeline-uudistusta koskeva uutisointi keskusteluineen muodostaa yhden prosessin. Alku- ja päätepisteen määrittely on haastavaa, sillä sirkulaatio ei ole ainoastaan kahden toimijan välistä vaan laajimmillaan loputon sykli. Prosessin hahmottamiseksi laadin aineiston tekstien (ks. tarkemmin luku 8.4) julkaisuaikoihin perustuvan aikajanan. Samalla aineistoa on käyty läpi lähilukemalla.

Sisällönanalyysi sopii menetelmänä tutkimukseen hyvin, koska sisällönanalyysissa tarkastellaan jo valmiiksi tekstimuodossa olevia tai sellaisiksi muutettuja aineistoja. Menetelmä antaa tutkijalle paljon joustovaraa, koska tutkittavat tekstit voivat olla lähes mitä vain - kirjoja, haastatteluja, keskusteluja (Tuomi & Sarajärvi 2002, 105.) Tässä tutkimuksessa teksti löytyy lehtien ja sosiaalisten medioiden verkkosivuilta. Laadullisessa sisällönanalyysissa edetään vaihe vaiheelta kohti yhä pienempiä

tekstin osatekijöitä: teksti pilkotaan pieniin osiin, käsitteellistetään ja lopuksi järjestetään uudelleenlaisiksi kokonaisuudeksi (Tuomi & Sarajärvi 2002, 109–116.)

Sisällönanalyysillä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa määrällistä ja laadullista sisällön erittelyä ja lähilukua, jonka pohjalta sisältöjä tyypitellään järjestelmällisesti (esim. Hakala 2009). Sisällönanalyysissä on kyse merkitysten tulkinnasta. Sisällön kvantifiointi auttaa luomaan yleiskatsauksen aineistoon, laskemaan tekstin sisältämiä aiheita ja toimintoja sekä luomaan luokitteluja (Hakala 2009). Määrällisessä sisällön erittelyssä otetaan huomioon muun muassa kommenttien ja uutisten lukumäärä sekä keskustelijoiden kommentointiaktiivisuus. Yleisen kriittisen journalismitutkimuksen tai viestinnän onnistumisen arvioinnin sijaan, tutkimuksessa analysoidaan ja arvioidaan yksittäisiä tekstejä sekä niiden suhteita. Analyysia ohjaavat pragmaattisen tietoteorian lähtökohdat. Tutkimuksessa yhdistetään sisällönanalyysin perinne verkostoajattelun näkökulmaan. Menetelmiä yhdistämällä tuodaan näkyväksi tiedon sirkulaatioon liittyvä piirteitä, jotka ovat olleet aiemmin näkymättömissä.

## 8.3 Aineisto

Tapaustutkimuksessani keskitytään Facebookin Timeline-uudistuksen ympärillä käytyyn uutisointiin ja keskusteluun Facebookissa ja Helsingin Sanomien ja Iltalehden verkkosivuilla 17.–21.12.2011. Aikarajaus perustuu uutistapahtuman elinkaareen: Facebook-keskustelujen innoittamana kartoitetaan aiheeseen liittyvää uutisointia valtakunnallisissa suomalaismedioissa. Havaittiin, että ensimmäinen Timeline-uudistuksen mahdollista tietovuotoa koskeva suomenkielinen uutinen julkaistiin Iltalehden verkkosivuilla lauantaina 17.12.2011 ja viimeinen Helsingin Sanomien verkkosivuilla 21.12.2011. Sama ajallinen rajaus koskee myös Facebookista kerättyä aineistoa. Aineisto on kerätty mekaanisesti. Seuraavissa alaluvuissa käsitellään tarkemmin rajausta ja aineistoa sekä niihin liittyvää problematiikkaa.



### 8.3.1 Lehtiartikkelit

Jotta sirkulaatiota voitaisiin tutkia sosiaalisen median ja perinteisen median uutisten välillä, tarvittiin keskustelujen lisäksi aineistoa perinteisestä mediasta. FB:n epäillyn tietovuodon kansallisen luonteen vuoksi mukana on kaksi valtakunnallista mediaa, joissa uutisoitiin aiheesta. Helsingin Sanomat valittiin tutkimukseen mukaan, koska se on Suomen suurin päivälehti ja Iltalehden, koska sen verkkosivut ovat Suomen luetuimmat. Helsingin Sanomat luetaan myös Suomen valtavirtajournalismiin<sup>20</sup>.

Helsingin Sanomat ja Iltalehti edustavat tässä tutkimuksessa ns. perinteisiä medioita, FB sosiaalista mediaa. Tutkimuksen edetessä havaittiin, että keskusteluissa viitataan myös muihin lähteisiin, joten nähtiin perustelluksi laajentaa tutkimusaineiston koskemaan myös ko. artikkeleita. Tämän avulla laajennettiin kuvaa tiedon sirkulaatiosta medioiden välillä ja kesken. Yhden median sijaan tutkimusaineistoa on kerätty siis useasta perinteisestä mediasta sekä sosiaalisesta mediasta. Useiden lähteiden käyttö on tavanomaista tapaustutkimukselle (ks. esim. Eisenhardt 1989, Flyvbjerg 2006).

FB:n Timeline-uutisoinnin aikaan vuoden 2011 viikoilla 50 ja 51 Il.fi oli luetuin verkkosivusto noin 2 597 000 kävijällään ja HS.fi neljäs noin 1 432 000 kävijällään (TNS Metrix). Molempien medioiden kotisivuilla on myös mahdollisuus kommentoida uutisia, mutta kyseiset kommentit eivät ole mukana tässä tutkimuksessa. Rajaus johtuu siitä, että keskustelu FB:n muutoksista käydään facebookkaajien kesken pitkälti Facebookissa eikä muissa medioissa tai niiden keskustelufoorumeilla, sillä tällöin keskustelijat voivat hakea esimerkiksi vertaiskokemuksia ja -näkemyksiä. Lisäksi tutkimuksen tavoitteena on selvittää pikemminkin, miten esimerkiksi uutisissa hyödynnetään Facebookin käyttäjien keskusteluja ja miten he viittaavat uutisiin, ei miten esimerkiksi Helsingin Sanomien lukijat keskustelevat aiheesta lehden keskustelufoorumeilla.

Ensimmäisen osan aineistosta muodostaa siis Iltalehden ja Helsingin Sanomien verkkosivujen uutisointi aiemmin mainitulla aikavälillä sekä artikkelit, joihin FB-

---

<sup>20</sup> Ks. Möre 1999

keskusteluissa viitataan. Iltalehti on julkaissut verkkosivuillaan kuusi (6) artikkelia aiheesta ja Helsingin Sanomat seitsemän (7). Helsingin Sanomien artikkeliaineistoon sisältyy uutisten lisäksi yksi toimittajan kirjoittama näkökulma, jota kyseinen media nimittää Kommentiksi. Yksi Iltalehden uutisista oli siteeraus Helsingin Sanomien uutisesta. Lisäksi molemmat mediat olivat julkaisseet STT:n Yleltä siteeraaman uutisen (ks. tarkemmin Liite 2 - Uutisaineisto).

Internet on tässä tutkimuksessa pääasiassa aineiston keruussa käytetty väline, mutta myös tutkimusympäristö. Tutkimusta varten tehtiin taustoittavaa tutkimusta lehtien verkkosivuista ja Facebookista sosiaalisena medianä, sillä niihin liittyvät omat erityispiirteensä ja toimintaperiaatteensa, ja ne ohjaavat aineiston sisältöä ja muotoa (ks. esim. Östman & Turtiainen 2013). Taustatietoa edellä mainituista sivustoista sekä medioiden toimitusprosesseista sekä julkaisuperiaatteista minulle on kertynyt niin ikään Iltalehden ja Helsingin Sanomien toimittajana ja Facebookin käyttäjänä yli kuuden vuoden ajalta. Tausta-aineistona olen käyttänyt lisäksi Facebookin käyttäjilleen tuottamaa materiaalia muun muassa yksityisyydestä ja käyttöoikeuksista sekä aiheeseen liittyvää uutisointia.

### 8.3.2 Facebook-viestiketjut

Facebook-verkostoissani käydyt keskustelut uudistuksesta toimivat kimmokkeena aihevalinnalleni, mutta kommenttien valinta osaksi tutkimusaineistoa johtuu tutkimukseni tavoitteesta pureutua tiedon sirkulaatioon perinteisen ja sosiaalisen median välillä. Lisäksi havaitsin, että perinteisen median artikkeleissa viitataan sosiaalisessa mediassa käytyyn keskusteluun, kun taas keskusteluissa viitataan artikkeleihin.

Keskustelun alkupisteen määrittely on kuitenkin lähes mahdotonta. Vaikka tieto mahdollisesta tietovuodosta olisi lähtenyt liikkeelle Facebook-käyttäjien keskusteluista, näen lähtökohtaisesti vain omaan FB-verkostooni kuuluvien henkilöiden keskustelut. Koska keskustelut lähtivät liikkeelle Iltalehden julkaiseman artikkelin jälkeen, mutta ne eivät välttämättä ole suora seuraus siitä. Tutkimus eteni keskusteluista artikkeleihin, ja IL:n 17.11.2011 julkaisema artikkeli oli ensimmäinen

valtakunnallisissa medioissa aiheesta julkaistu artikkeli. Oletettavaa kuitenkin on, että julkaisua on edeltänyt jonkinlainen keskustelu tai yhteydenotot toimitukseen.

Tutkimusongelman kannalta tiedon synty pisteen absoluuttinen määrittely ei ole tarpeellista. Koska tutkimuksen kohteena on tiedon sirkulaatio medioiden välillä, aineiston ulkopuolelle rajattiin kommentit, joita ei ole kirjoitettu uutistapahtuman elinkaaren aikana. Rajaus on perusteltua myös resurssien kannalta, sillä keskusteluketjuja ei yleensä poisteta sivustoilta julkaisun jälkeen eikä kommentointia rajoiteta eli keskustelu voi periaatteessa jatkua niin kauan kuin keskustelijoilla riittää sanottavaa. Keskustelun seuraamista ei kuitenkaan kannata lopettaa heti uutistapahtuman päättymiseen tai viimeiseen uutiseen vaan sen kehitystä olisi näkemykseni mukaan hyvä seurata ainakin muutamasta päivästä viikkoon uutistapahtuman laajuudesta riippuen. Seurannan voi päättää, kun uutistapahtuma alkaa hiipua tai on jo hiipunut.

Aineistoon valikoitui kolmen suomalaisen henkilön 17.–21.12.2011 välisenä aikana profiilissaan aloittamaa viestiketjua, jotka käsittelevät Facebookin Timeline-uudistusta. Keskusteluketjuja on yhteensä neljä. Keskusteluihin on osallistunut yhteensä 32 henkilöä. Henkilöiden valintaan vaikutti se, että he olivat käyneet tai heidän profiileissaan oli käyty aktiivista keskustelua aiheesta. Aktiivisella tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä, että enimmäistä kommenttia tai linkkiä on kommentoitu ainakin kahdesti, joten siitä voi nähdä muodostuneen viestiketjun. Kommentit saivat olla itse tuotettua tekstiä tai esimerkiksi linkkejä.

Otin yhteyttä kolmeen valikoituun FB-kaveriini sekä muihin keskustelijoihin Facebookin välityksellä pyytääkseni luvan kommenttien käyttöön osana pro gradu - tutkielmaani. Muotoilin viestipohjan, jossa kerroin tutkimukseni aiheen ja tavoitteet sekä takasin henkilöiden yksityisyyden. Mikäli en pystynyt lähestymään palvelussa ko. henkilöä suoraan, pyysin yhteistä FB-kaveriamme välittämään viestin. Vastaajista enemmistö näki tutkimukseen osallistumisen etuoikeutena, mutta muutamissa yksityisyydensuojat herättivät huolta. Vaikka kerroin käyttäväni kommentteja nimettömänä, he epäilivät, että tulevaisuudessa heidät on mahdollista jäljittää pelkkien kommenttien avulla. Kerrottuaani tarkemmin, miten

aineistoa tullaan käsittelemään, hekin antoivat suostumuksensa kommenttien käytölle osana aineistoa. Sovimme, että pyydän erikseen luvan myöhemmin, mikäli haluan käyttää heidän kommentteja suorina sitaatteina. Yksityisyydestään huolissaan oleviin nähden vastakkaista reaktiota edustivat muutamat käyttäjät, joiden mielestä lupaa kommenttien käytölle ei tarvitsisi edes kysyä. Tämä johtui ilmeisesti siitä, että henkilön profiili on julkinen, joten kuka tahansa käyttäjä voi halutessaan lukea keskusteluja.

Omien kavereiden hyödyntäminen tutkimuksessa voi monissa tilanteissa olla kyseenalaista, mutta tässä tutkimuksessa aineiston keruun kannalta välttämätöntä. FB:lle on ominaista, ettei oman profiilin sisältöä jaeta kaikkien kanssa. Jotta keskusteluja pääsee seuraamaan, täytyy siis olla FB-kaveri eli kuulua samaan verkostoon. Facebook onkin luonteeltaan monia muita sosiaalisia medioita yksityisempi (vrt. Twitter, YouTube jne.). Vaikka aineistoon valikoituneet kolme henkilöä ovat FB-kavereitani, suurin osa keskusteluihin osallistuneista käyttäjistä on minulle vieraita. En ole myöskään vaikuttanut keskustelujen etenemiseen esimerkiksi osallistumalla niihin. Käyttäjät ovat saaneet tiedon kommenttien käytöstä osana tutkielmaani keskustelun jo päättyttyä. Jotta aineisto ei koostuisi vain omaan FB-verkostooni kuuluvien henkilöiden verkostojen keskusteluista, tutkimuksessa on mukana HS.fi:n FB-profiilin keskustelut aiheesta mainitulla aikavälillä.

Helsingin Sanomat oli linkannut Facebook-profiiliinsa kolme aiheetta käsittelevää uutista, joita käyttäjät voivat vapaasti kommentoida. Kommentointiin osallistui 39 henkilöä. Helsingin Sanomien FB-profiili on julkinen, joten en ilmoittanut keskusteluihin osallistuneille kommenttien käytöstä osana aineistoa, mutta heidän henkilöytensä piilotetaan tutkimuksessa samalla lailla ID-numeroiden taakse kuin muiden käyttäjien. Niin ikään Iltalehdellä on Facebook-profiili, mutta siellä ei keskusteltu aiheesta kyseisellä aikavälillä, minkä takia tutkimusaineistoon sisältyy kommentteja ainoastaan HS.fi:n FB-profiilista. Nämä ns. julkisemmat viestiketjut muodostavat tutkimukseni kolmannen osan.

Lista 71:stä keskusteluihin osallistuneesta facebookkaajasta löytyy tämän tutkielman laatijan hallusta.

### 8.3.3 Tutkimustehtävän operationalisointi

Kuten mainittu, toimittajat hyödyntävät jutunteossa sosiaalisia medioita monin keinoin. Samoin sosiaalisten medioiden käyttäjille toisista käyttäjistä on muodostunut uutislähteitä, mutta miten tämä näkyy eri medioissa. Miten tieto sirkuloi sosiaalisen ja perinteisen median kesken ja välillä? Tähän kysymykseen etsittiin vastausta konkreettisesti rakentamalla aikakartta (ks. esim. Hakala 2009) ja selvittämällä, miten mediat ja niiden käyttäjät hyödyntävät toistensa tietoja. Mihin lähteisiin perinteisen median artikkeleissa ja toisaalta Facebookin kommentteissa vedotaan? Miten käyttäjät suhtautuvat medioissa esitettyihin tietoihin?

Järjestin aineiston aikajanelle kommenttien ja artikkelien julkaisuajan mukaan, minkä aikana ja jälkeen kävin aineistoa järjestelmällisesti läpi. Etsin kommentteista viittauksia lehtiartikkeleihin ja päinvastoin. Näin viesteistä ja uutista rakentui ikään kuin aikakartta, jonka eri pisteiden välille muodostui erilaisia jännitteitä.

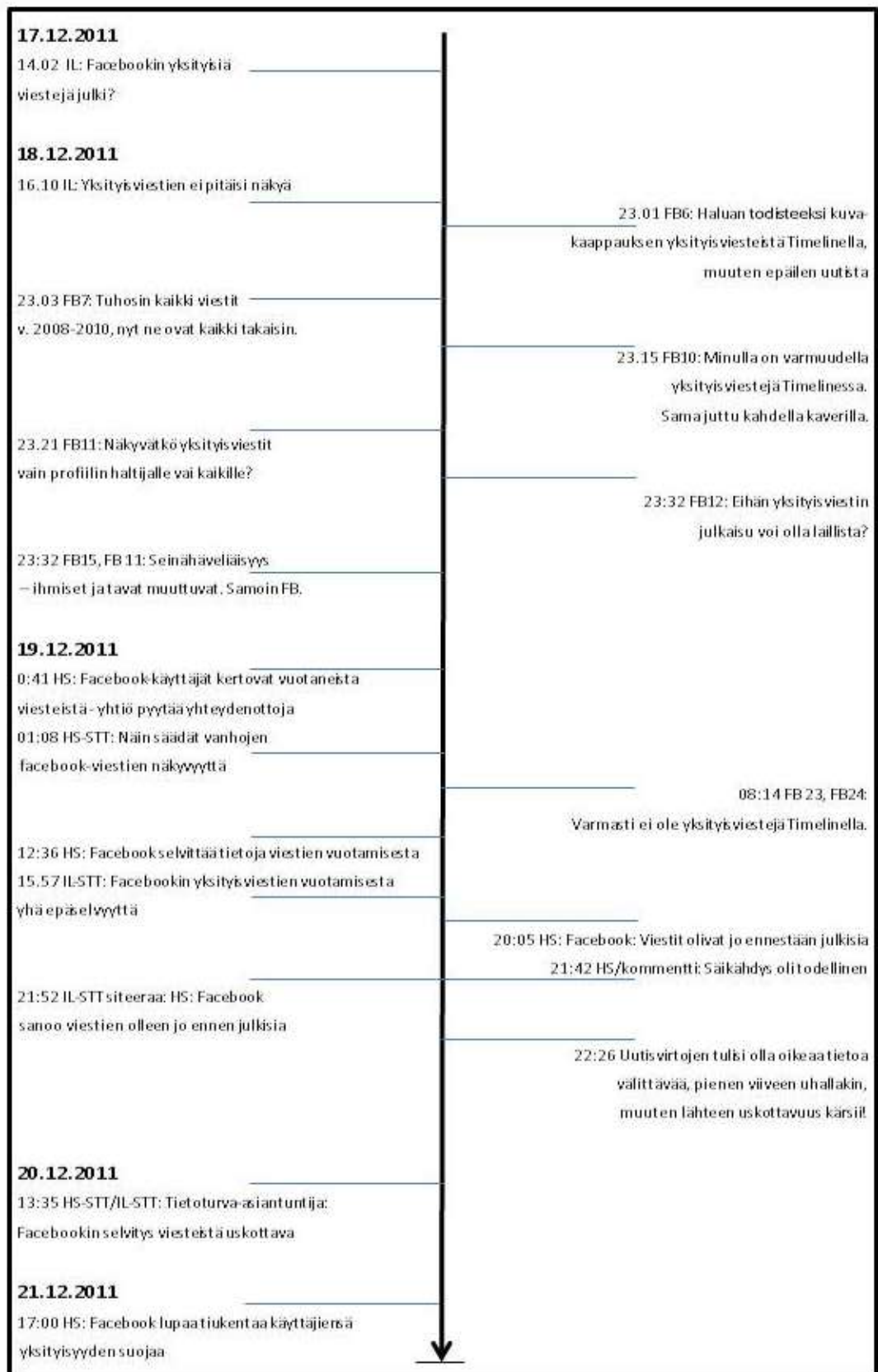
Lisäksi hahmottelin kommentteista ja artikkeleista yhtäläisyyksiä ja eroja. Kiinnitin huomiota muun muassa siihen, miten FB-keskustelijat suhtautuvat epäiltyyn tietovuotoon ja toisaalta, millaisia näkökulmia uutiskerronnassa oli valittu. Tämän avulla pyrin hahmottamaan esimerkiksi, onko tietty tieto tai näkemys siirtynyt artikkeleista keskusteluihin tai päinvastoin. Teoreettisten huomioiden ja tutkimusaineiston pohjalta aiempia verkkokeskusteluluokitteluja (Huhtala et al. 2005; Hakala 2009) soveltaen muodostuivat tarkentavat kysymykset ja luokittelurungot (ks. Liite 1). Esimerkiksi verkossa käytettävä kieli on tutkijoiden mukaan usein kärkeästä ja humoristista (ks. tarkemmin luvut 5.4. ja 6.4), mikä haluttiin ottaa huomioon myös luokittelussa. Tutkittava tapaus ei ole kuitenkaan rinnastettavissa kansalliseen yhteiskunnalliseen kriisiin, joten luokitteluista poistui esimerkiksi luokka ”häätähuuto”.

Medioiden viittauskäytäntöjä on tutkittu laajasti, joten tässä tutkimuksessa yhdistettiin määrällisiä ja laadullisia menetelmiä kattavan kokonaiskuvan

muodostamiseksi sirkulaation ilmiöstä. Analyysi eteni lähiluvusta luokitusrunkojen muodostukseen ja aikakartan rakentamiseen, mitä seurasi määrällinen sisällönanalyysi ja aineiston tyypittely. Facebook-kommentteja lähestyttiin keskusteluina, ei pelkästään kirjoitettuna teksteinä, sillä ympäristö mahdollistaa teksti-ilmaisun lisäksi muunlaista viestintää.

<p>Tutkimuskysymys 2:</p> <p>Miten tieto sirkuloi sosiaalisen ja perinteisen median välillä verkostoyhteiskunnassa?</p>		
<p>Kysymykseen liittyvät teoreettiset pääkäsitteet:</p> <p>sirkulaatio (Spitulnik 1996; Sumiala &amp; Tikka 2011), sosiaalinen media (Matikainen 2011), tieto (Karvonen 2005; Webster 2004 [2002])</p>		
<p>Menetelmät</p> <p>/toteutus</p>		
Määrällinen sisällönanalyysi	Prosessianalyysi	Laadullinen sisällönanalyysi
<p>Facebook-kommenttien luokittelu: ID, keskusteluketju, julkaisuaika, tykkäykset, linkit, jaot, kommentin laji, kommentin sävy, tiedonlähde/-lähteet</p> <p>Perinteisen median artikkelien luokittelu: media, julkaisuaika, tiedonlähde/-lähteet, näkökulma</p>	<p>Aikakartta – Miten tiedot lähtivät liikkeelle? Miten ne sirkuloivat medioista toiseen? Miten tiedot päivittyivät prosessin aikana?</p>	<p>Lähiluku ja tyypittely – Mitkä tiedot ja sisällöt sirkuloivat sosiaalisen ja perinteisen median välillä? Minkälaisia kannanottoja medioissa esitettiin? Miten perinteisen median uutisiin/sosiaalisen median tietoihin suhtauduttiin? Mihin tai kehen mahdollinen kritiikki kohdistui?</p>

## 8.4 Tapahtumat aikajanalla





## 8.5 Analyysi

Ensimmäinen tapaukseen liittyvä uutisartikkeli (ks. tarkemmin liite 2) Iltalehden verkkosivuilla kertoi lukijoiden epäilevän, että Facebookin Timeline-päivityksen yhteydessä vanhoja yksityisviestejä vuosilta 2008–2009 on mennyt julki. Lehti kertoi saaneensa huolestuneita yhteydenottoja ja alkaneensa selvittää tapahtunutta. Iltalehden haastattelemat kolme käyttäjää kertoivat jutussa omista ja kavereiden kokemuksista.

*”Eräällä ystävällä oli sivukaupalla henkilökohtaisia keskusteluja seinällä eli kaikkien nähtävillä.”*

Lukija, Il.fi

17.12.2011 klo 14.02

Facebookin edustaja ei ollut kuullut vastaavasta, mutta hän lupasi selvittää tilanteen lehdelle. Seuraavana päivänä, joulukuun 19., aiheesta keskusteltiin useissa viestiketjuissa Facebookissa ja maanantaina myös Helsingin Sanomat tarttui aiheeseen.

Yksityishenkilöiden Facebook-keskusteluissa haettiin todisteita tietovuodon paikkansapitävyydelle sekä jaettiin omia kokemuksia ja näkemyksiä aiheesta. Lisäksi käyttäjät olivat huolestuneita yksityisyytensä puolesta ja kaipasivat neuvoja tilanteen hallintaan, kuten omien kommenttien tai muiden tietojensa salaamiseen.

*”Tää on maailman pelottavin juttu. Mutta eikö sitä voi itse säätää et mitä timelinessa näkyy?”*

FB 12/1

18.12.2011 klo 23:19

Aluksi seinäkeskusteluissa pohdittiin, voiko tietovuoto olla mahdollinen ja mistä moinen tieto on lähtenyt liikkeelle. Kuten verkkokeskusteluissa on Heikkilä et al. (2012, ks. tässä luku 5.4) mukaan tapana, moni keskustelija esitti kommentteissa suoraan mielipiteensä tilanteesta. Yhden viestiketjun sisällä esitettiin harvoin ”yleisen mielipiteen” kanssa vastakkaisia näkökulmia. Kahdessa

viestiketjussa uskottiin selvästi tietovuotouutisen paikkansapitävyyteen, yhdessä tietoon suhteuduttiin kriittisesti ja yhdessä ajaututtiin lopulta siihen, että tieto on virheellinen. Tämä tukee tutkijoiden esittämää näkemystä siitä, että verkkokeskusteluissa keskustelevat pitkälti samanmieliset henkilöt.

Kommentit olivat pääasiassa lyhyitä – maksimissaan muutaman virkkeen pituisia, muutama poikkeus pois lukien (ks. luku 6.4). Enemmistö kommenteista oli kannanottoja ja toteamuksia tai tarkennuksia.

Keskustelijat, jotka epäilivät tietovuotouutisen paikkansapitävyyttä, uskoivat tietojen olevan peräisin pitkälti Facebookin käyttäjiltä, joiden sosiaalisen median käyttötaidot ovat puutteelliset tai palvelun ominaisuuksien ymmärrys heikko. Eräs keskustelija puolestaan ehdotti, että tapahtumien taustalla on laajempi Facebook-kulttuurinmuutos, joka kytkeytyy niin palvelun rakenteen muutoksiin kuin käyttöpahoihin (ks. myös luvut 6.2–6.5). Kirjoittaja viittasi nykyiseen Facebook-kulttuuriin sanalla ”seinähäveliäisyys”, jolla hän tarkoitti tilannetta, jossa käyttäjä ei tee jokaisesta asiasta tilapäivitystä tai esimerkiksi kirjoita yksityisasioita toisen käyttäjän profiiliin. Näkemys sai runsaasti kannatusta muilta keskustelijoilta. Kannatukseksi tulkittiin tässä tapauksessa tykkäykset, jaot ja positiivissävytteinen kommentointi myöhemmissä kommenteissa.

Helsingin Sanomien Facebook-profiilin keskustelut erosivat yksityishenkilöiden seinäkeskusteluista siinä, että niissä korostui mediakritiikki ja muiden näkemysten vähättely. Moni kommentoi kärjekkäästi niin muiden käyttäjien kuin toimittajien tietoja ja taitoja. Ivalliset ja vähättelevät kommentit niin ikään keräsivät tykkäyksiä eli kannatusta käyttäjien keskuudessa. Ketjuissa ei kuitenkaan esiintynyt varsinaisia trolleja yhtä viestiä lukuun ottamatta.

Maanantaina, kaksi päivää ensimmäisen uutisen julkaisun jälkeen, keskustelu ja uutisointi leimahtivat. Päivän aikana aihetta käsiteltiin Iltalehden ja Helsingin Sanomien verkkosivuilla kahdeksassa artikkelissa ja Facebook-keskustelu oli vilkkaimmillaan. Facebookin edustajat antoivat ensimmäiset haastattelut suomalaismedioille ja Helsingin Sanomat julkaisi aiheesta artikkelin otsikolla: ”Facebook: Viestit olivat jo ennestään julkisia”. STT teki artikkelista

siteerauksen ja siten se levisi myös muihin valtakunnan medioihin. Seinäkeskusteluissa tapahtui melko selkeä kahtiajako: keskustelijat pitivät tilannetta joko selvitettyinä tai kritisoivat Helsingin Sanomia puolueellisuudesta.

*”V-mäistä touhua, ja nyt porukka kilpaa jakaa noita lehtijuttuja, että ”ei se ollutkaan totta”. Mut ilmeisesti tässä on nyt niin, että jengi uskoo ton vasta sitä mukaa, kun huomaavat intiimiä materiaalia omalla seinällään. ---”*

FB 27/8

20.12.2011 klo 14.25

HS:n kohdistettu kritiikki ei näkynyt suoraan lehden artikkeleissa. Helsingin Sanomat ei myöskään osallistunut itse profiilissa käytyyn keskusteluun, mutta seuraa keskustelua ainakin jollain tasolla<sup>21</sup>. HS.fi linkitti omat artikkelinsa profiiliinsa sellaisenaan. Artikkeleissaan se tukeutui Iltalehteen verrattuna enemmän asiantuntijahaastatteluihin sekä Facebookin lausuntoihin. Käyttäjien kokemuksia se kuvaili yleisellä tasolla. Iltalehti puolestaan lopetti tapauksen aktiivisen seuraamisen kahden ensimmäisen päivän jälkeen ja alkoi tukeutua STT:n tuottamiin sisältöihin.

Facebook-keskustelijat hakivat lisäpontta argumenteillensa viittaamalla kuulemiinsa tai lukemiinsa juttuihin tai lehtiartikkeleihin. Viittaukset eivät kuitenkaan olleet välttämättä suoraan tiettyyn mediaan tai artikkeliin vaan pikemminkin ”yleiseen tietoon”, mikä hankaloittaa tiedon alkuperäislähteelle pääsyä ja todenperäisyyden varmistamista. Yhdessä viestiketjussa tämä ongelma nousi useasti esiin.

Erään keskustelun aloittanut toimittaja toivoi kuvakaappausta todisteeksi tietovuodosta. Kommenttia jaettiin 40 ja kommentoitiin 41 kertaa alle vuorokaudessa. Vaikka pitäviä kuvallisia ”todisteita” ei esitetty, moni kertoi omista tai kavereidensa kokemuksista. Tällöin kerrottua joutuu arvioimaan sen pohjalta, minkälainen luotto on lähteeseen eli kommentoijaan tai miten tämä argumentoi näkemystään. Se, kuinka usein, syvällisesti tai tietoisesti käyttäjät arvioivat toistensa kommentteja, tarkoitusperiä tai ylipäättään tietolähteitä, on tämän

---

<sup>21</sup> HS:n toimittaja pyysi yhteen viestiketjuun maanantai-iltana kirjoittamassaan kommentissa todisteita tietovuotoväitteille. Viestin perusteella vaikuttaa vahvasti siltä, että toimittaja on lukenut ainakin ko. viestiketjun läpi.

aineiston pohjalta mahdotonta arvioida. Osa kirjoittajista näyttäisi ilmaisevan itseään varsin kärjekkäästi, mutta huumorin läsnäolo kyseisissä keskusteluissa oli luokittelun perusteella vähäistä (vrt. luku 6.4).

Matikaisen (2011, ks. luku 6.4) mukaan suuri osa sosiaalisen median käytöstä täydentää tai kommentoi perinteisen median uutisjournalismia. Tämä esimerkkitapaus näyttää noudattavan Matikaisen huomiota perinteisen median tavasta etsiä sisältöjä sosiaalisesta mediasta ja sosiaalisen median tavasta omaksua perinteisen median sisältöjä. Toisaalta on ymmärrettävää, että Facebookin käyttäjiä kiinnostaa kyseistä sosiaalista mediaa koskevat uutiset ja että se näkyy ko. mediassa. Mielenkiintoista on kuitenkin se, että käyttäjät kritisoivat voimakkaasti Facebookia Facebookissa eli toimivat ympäristössä, jonka toimintaan he eivät sanojensa mukaan ole tyytyväisiä. Kritiikki koski erityisesti palvelun yksityisyydensuojaa ja käyttäjät jopa uhkasivat lopettaa ko. median käytön, mutta elokuussa 2013 ko. keskustelijat näyttivät kuitenkin yhä olevan Facebookin jäseniä.

Perinteiset mediat kirjoittivat puolestaan facebookkaajien huolista, ja facebookkaajat jälleen lainasivat perinteisen median kirjoituksia. Sirkulaatio voimistui kaksi päivää ensimmäisen uutisen (ks. tarkemmin liite 2) jälkeen, mikä näkyi niin perinteisessä mediassa julkaistujen artikkeleiden julkaisutiheydessä, STT:n tarttumisena uutisaiheeseen kuin käyttäjien esittämässä tiedontarpeessa. Muiden keskustelijoiden viestien kommentoinnin, arvioinnin, täydentämisen, kannattamisen tai kiistämisen lisäksi monissa viesteissä toivottiin lisätietoja tai neuvoja.

Facebookin Timeline-uudistuksen uutisoinnissa kuohunta sosiaalisessa mediassa herätti perinteisen median toimijoiden kiinnostuksen, mutta kuohunta on harvoin enää "uutinen", jollei siihen liity jotain muuta 'herkullista' yksityiskohtaa tai esimerkiksi suurta yhteiskunnallista merkitystä. FB-uutisoinnin ytimessä oli epäilty tietovuoto eli yksityisluontoisten viestien vuotaminen julkisuuteen, mikä oli kenties osa syy siihen, miksi aiheesta kirjoitettiin uutisia perinteiseen mediaan - yksityisen tilaa oli loukattu. Toinen tekijä voi olla, epäillyn tietovuodon ajoittuminen uutistarjonnaltaan hiljaisiin joulunaluspäiviin, ja kolmas se, että sosiaalisen median

käyttö on yleistynyt ja aihe kiinnostaa ainakin verkossa. Se ettei sosiaalisessa mediassa syntynyt pöhinä ja tunnepitoiset kommentit johda enää automaattisesti uutiseen, on kenties osaltaan osoitus kyseisten medioiden käytön arkipäiväistymisestä.

## 8.6 Yhteenveto Timeline-tapauksesta

Uudistuksen yhteydessä tapahtunut epäily tietovuoto koski ilmeisesti vain suomalaisia käyttäjiä. Tapahtuma tuli lähelle käyttäjien yksityistä aluetta, mikä teki siitä merkityksellisen henkilökohtaisella tasolla. HS:n toimittaja arvioi kommentissaan tapahtumien vaikuttavan tuhansiin facebookkaajiin, mutta tarkkaa lukua on mahdotonta esittää. Verkossa viestit liikkuvat nopeasti ja ilmiöt kumuloituvat.

Keskustelu epäilyistä oli Facebookissa tunnepitoista ja kommentit tiiviitä. Analyysejä tapahtumista ei juurikaan esitetty, mutta tiedontarve, kritiikki perinteistä mediaa kohtaan ja toisaalta Facebookin yksityisyydensuojaa kohtaan sekä epäilykset esitettyjä tietoja kohtaan olivat läsnä kaikissa keskusteluissa. Tulkinnat tietovuodosta jakoi keskustelijat karkeasti kolmeen ryhmään: tietovuotoon uskoviin, tiedon todenperäisyyttä epäileviin ja pohtijoihin, jotka osallistuivat keskusteluun omaa kantaansa ilmaisematta. Heidän lisäksi on joukko näkymättömiä katselijoita, joiden tulkinnasta ei saa tämän aineiston avulla tietoa.

Facebook-kommenteissa viitattiin pääasiassa epäsuorasti eri lähteisiin – medioihin ja yleiseen tietoon – kun taas perinteisen median artikkeleissa oli suurempia lainauksia facebookkaajilta. Iltalehti oli haastatellut käyttäjiä nimettömästi, ja HS kuvasi tapahtumia yleisemmällä tasolla viitaten ”kymmeniin lukijoihin” ja ”joihinkin tapauksiin”. Iltalehti oli hyödyntänyt artikkeleissaan käyttäjien omakohtaisia kokemuksia ja muita perinteisiä medioita, kun taas HS:n artikkeleissa sisältö nojasi voimakkaammin asiantuntijoihin ja omaan uutistytöhön. Il.fi:ssä ja HS.fi:ssä esiintyi myös samoja sisältöjä, sillä molemmat käyttävät STT:n palveluita ja siteeraavat

samoja muita medioita. Vaikka perinteiset mediat ilmaisevat yksilöidymmin lähteensä, ei se välttämättä näkynyt enää FB:ssä.

Verkkoteknologiat mahdollistavat monimediaisen ilmaisen, monipuolisemman sisällön jne. mutta käytännössä tässä esimerkkitapauksessa ilmaisu oli perinteikästä (teksti ja kuvituskuva) ja samat näkökulmat toistuivat osin STT:n palvelujen käytön johdosta ja toisaalta siksi, että perinteiset mediat siteerasivat toisia, mutta samoja perinteisiä medioita. Molemmissa perinteisissä medioissa kerrottiin ensin käyttäjien havainnoista, toiseksi yhtiön reaktiosta tilanteeseen ja kolmanneksi ulkopuolisen asiantuntijan arvion tilanteesta.

## 8.7 Aineiston ja menetelmien arviointia

Aineisto painottuu henkilöihin, jotka ovat kommentoineet uudistusta valitulla aikavälillä. Tutkimusten mukaan nimittäin aktiiviset eli keskusteluihin osallistuvat henkilöt ovat jokaisessa sosiaalisessa mediassa vähemmistö. Tutkimusten perusteella suurin osa sosiaalisen median käyttäjistä ainoastaan lukee ja seuraa, mitä sosiaalisissa medioissa tapahtuu<sup>22</sup>. Läsäolo sosiaalisessa mediassa tai näkemysten hiljainen hyväksyntä tai kritiikki ei näy tässä aineistossa. Esimerkkitaapauksen facebookkaajat eivät edusta jakaumaltaan kaikkia suomalaisia, vaan verkostoihin kuuluvia Facebookin aktiivisia käyttäjiä. Tämä problematiikkaa on pyritty tasoittamaan ottamalla aineistoon mukaan myös HS.fi:n profiilin kommentit, joiden kirjoittajat eivät ole kytköksissä tutkielman kirjoittajaan ja edustavat eri verkostoja.

Aineisto on kerätty uutistapahtuman jälkeen vuoden 2012 viikolla 9 ja 10. Iltalehden ja Helsingin Sanomien verkkosivuilta etsittiin kaikki aiheeseen liittyvät artikkelit, tallennettiin linkit ja otettiin kuvakaappaukset tutkielman kirjoittajan arkistoihin. Koska uutiset on koottu jälkikäteen, on mahdollista, että niihin on tehty muutoksia julkaisun ja keruupäivämäärän välillä. Alkuperäiset uutiset eivät säily julkaisujärjestelmissä, joten ainoa mahdollisuus on käyttää keruupäivänä löytyneitä

---

<sup>22</sup> Osallistumisen 90-9-1-sääntö. Ks. esim. Nielsen 2006.

uutisia. Tapaustutkimuksen kannalta olisi ollut parempi, jos aineisto olisi kerätty mahdollisimman reaaliaikaisesti tapahtumien ja keskustelun edetessä.

Yleensä uutistoimitukset eivät kuitenkaan muuta uutisiaan merkittävästi niiden julkaisuajankohdan jälkeen vaan muokkaukset koskevat usein kielioppia tai vastaavaa muotoilua. Verkkouutisiin tallentuu julkaisuajankohdan lisäksi ajankohta, jolloin muutoksia on tehty, ja 2000-luvulla tavaksi on muodostunut lisätä uutisen perään huomautus, miten artikkelia on muutettu. Niin ikään Facebook-kommentteja on saatettu poistaa julkaisun ja aineiston keruun välillä, mutta en pidä sitä kovinkaan todennäköisenä. Kommentointi noudattaa kuitenkin lineaarista rakennetta (kommentti lisästään kommentin perään), joten kommenttien poistaminen keskeltä ketjua on todennäköisesti havaittavissa keskustelusta.

Aineiston suppeudesta ja keskusteluaiheen luonteesta johtuen tutkimustulokset eivät ole yleistettävissä koskemaan esimerkiksi erityyppisiä sosiaalisia medioita tai kaikkia suomalaisia, mutta ne havainnollistavat medioiden rajojen hälvenemistä ja sen seurauksia. Tutkimusaihe on merkittävä, ja jatkotutkimuksen tarve on tunnustettu, mutta tutkimusmenetelmät tiedon sirku laation tutkimukseen ovat edelleen puutteelliset. Tapaustutkimus käytäntönä sopii ilmiön monitasoiseen kuvaamiseen, mutta yleistettävyyden parantamiseksi tutkimusta voisi laajentaa koskemaan myös muita sosiaalisia medioita. Sosiaalinen media aiheena koskettaa monen suomalaisen arkea, mutta toisen tyyppisellä keskustelulla tiedon sirku laatiota pystyttäisiin arvioimaan tarkemmin esimerkiksi eri organisaatioiden välillä.

## 9 Uutiset ja tiedon sirku laatio verkostoyhteiskunnassa

Mobiililaitteiden yleistymisen ja verkkoviestinnän yhteisvaikutukset näkyivät nykyisessä laajuudessaan mediaspektaakkeli en luonnissa ensimmäistä kertaa vuosituhan nen vaihteessa. Sosiaaliset mediat puolestaan löivät Suomessa läpi 2010-luvulle siirryttäessä (ks. tarkemmin luku 5.3), minkä jälkeen moni sosiaalista mediaa ja uutistuotantoa koskevat ohjeet ja käytännöt ovat alkaneet vanhentua toinen

toistaan nopeammin. Seuraavaksi vedetään yhteen tämän tutkielman tuloksia uutisten muutosten ja sirkulaation ilmiön osalta.

*Mitä uutiset ovat verkostoyhteiskunnassa, ja miten ne ovat muuttuneet verkon läpimurron myötä?*

Journalismin ideaali on alkanut siirtyä journalistien ja yleisön mielissä faktapohjaisuudesta ja ajankohtaisuudesta kiinnostavuuteen ja puhuttelevuuteen. Tämä ei tarkoita, ettei faktojen oikeellisuuden merkitys ja ajankohtaisuus olisi yhä arvossaan, mutta monitasoisten teknologisten ja kulttuuristen muutosten myötä tiedon välitys ja sirkulaatio ovat nopeutuneet länsimaisessa verkostoyhteiskunnassa.

Sosiaalisten verkostojen merkitys uutisten lähteenä ja tulkitsijana on korostunut, kun yhä suurempi osa väestöstä on tottunut moninaisiin ja toisiinsa limittyviin mediaympäristöihin. Verkkoa ei tällöin pidetä vain tilana vaan rakenteellisena osana elämää, verkossa ollaan ja eletään kaikilla valvellaolon hetkillä. Tämän myötä fyysisesti aikaan, paikkaan ja mediaan sidotut uutiset ovat alkaneet etsiä uutta muotoa verkostoyhteiskunnassa, jolle ominaista ovat laajat henkilökohtaisesti luodut, valitut ja hallitut mediaympäristöt, joissa sisältöä jaetaan monelle ja joissa yleisöllä on yleisöjä.

Toimitusten näkökulmasta aiemmin uutisia oli helpompi hallita, sillä uutistuotanto oli vain tiettyjen mediatalojen ja valtion käsissä (Rantanen 2009, 75; Fenton 2010, 11–12). Nyt niin toimittaja kuin lukija voivat raportoida havaitsemastaan ongelmasta tai tapahtumasta valitsemassaan muodossa potentiaalisesti miljoonayleisölle. Uutisten voidaankin nähdä ajautuneen kahteen suuntaan: niin sanottuihin hitaisiin ja nopeisiin uutisiin. Nopeat uutiset ovat ensivaste johonkin tapahtumaan, tilanteeseen tai muuten uutisarvoiseen asiaan. Uutinen on lyhyt, ytimekäs ja se julkaistaan mahdollisimman nopeasti median verkkosivuilla. Tämän jälkeen uutista täydennetään kuvalla ja mahdollisesti muilla asiantuntija kommentteilla tai silminnäkijähavainnoilla, mutta se ei ole välttämätöntä.

Vaihtoehtoisesti lyhyt uutinen on sosiaalisessa mediassa julkaistu uutinen, jolla on merkitystä kirjoittajalle ja hänen verkostollensa. Usein niiden takana ovat



sosiaalisten medioiden toimijat (ks. luku 5.2). Niin sosiaalisessa kuin perinteisessä mediassa julkaistu lyhyt uutinen herättää lukijan huomion menemällä lähelle tämän henkilökohtaisia kiinnostuksen kohteita tai esimerkiksi asuinalueella kertomalla lähikadulle kaatuneesta puusta. Lyhyt uutinen on muun muassa reaktiivinen, lyhytikäinen, henkilökohtainen, puhuttava ja mahdollisesti viihdyttävä ja tunteikas (ks. myös luku 5.3).

Hitaat uutiset puolestaan tähtäävät omaan uutishankintaan ja laajempaan keskusteluun yhteiskunnallisella tai paikallisella tasolla. Hitaiden uutisten hankintaan on käytetty useampia lähteitä kuin lyhyisiin uutisiin. Niiden idea voi olla peräisin keneltä tahansa tai mistä tahansa, mutta ne nojaavat usein ammattitoimittamiseen. Niiden toimitusprosessi voi olla läpinäkyvä ja osallistava. Lopputuote on usein lyhyt uutisiin verrattuna syväluotaavampi ja syy-seuraus-suhteita pohtivampi. Hidas uutinen ei ole lyhyt uutisen tavoin päivittyvä.

Uutisen määritelmä on muuttunut 2000-luvulla yhä henkilökohtaisemmaksi, mutta toisaalta pirstaloitumisen rinnalle on noussut voimakas kaipuu yhteisöllisyyteen, jonka tukemisessa medialle asetetaan runsaasti odotuksia. Verkostoyhteiskunnassa uutiset linkittyvät sosiaaliseen mediaan ja yleisöihanteena on aktiivinen toimija, mutta samaan aikaan toimittajista on tullut pätkätyöläisiä, tiedon ”arkkitehteja”. Verkosta löytyvä tieto on niin toimittajan kuin yleisön saatavilla, joten omien uutisten hankinta nojaa edelleen pitkälti henkilökohtaisesti luotuihin suhteisiin. Tällainen suhde voidaan luoda myös verkossa. Toimittaja voi esimerkiksi saada juttuidean kaverinsa linkkaaman blogitekstin tai tavallisen arkihuomion myötä. Tätä kautta tavallisen kadunmiehen arkinen havainto tai sen synnyttämä keskustelu voi synnyttää valtakunnallisen median pääuutisen.

#### *Miten tieto sirkuloi sosiaalisen ja perinteisen median kesken ja välillä?*

Verkostoyhteiskunnassa tiedon ja tarinoiden sirkulaatio sosiaalisessa mediassa voi synnyttää perinteisen median julkaisukynnyksen ylittävän uutisen. Leviäminen voidaan rinnastaa epidemioihin, kuten leimahduspisteitä tutkinut Malcolm Galdwell

(2007) tekee. Tällöin tieto tai uutinen leviää viruksen tavoin verkoston jäsenten, solmujen, välillä. Joskus leviäminen on nopeaa ja hallitsematonta.

Verkostoyhteiskunnassa tieto sirkuloi toisiinsa limittyvissä, rinnakkaisissa ja ajoin hetkellisesti muodostuvissa verkostoissa eri toimijoiden kesken ja välillä. Sosiaalisen median verkostoissa tieto voi helposti sirkuloida maarajojen yli, eikä se välttämättä noudata samoja tiedonkulun reittejä tai leviämisaikoja kuin fyysiseen näkemiseen tai muihin perinteisiin viestintävälineisiin nojaava tiedonkulku. Tiedonkulku voi siis olla joissain tilanteissa lähes välitöntä.

Muutos nähdään ihanteellisena sikäli, että toisella vuosituhannella länsimaalaisella on mahdollisuus löytää teoriassa kaikki mahdollinen tieto, jota hän tarvitsee mielipiteen muodostamiseen ja demokraattisen yhteiskunnan toimintaan osallistumiseen. Teknologiset innovaatiot ovat lisänneet riippumattomuutta tietyistä tiedonlähteistä ja poliitikoista, mutta se ei tarkoita, että verkostoyhteiskunta olisi aiempaa demokraattisempi. Verkostoyhteiskunnassa medioiden käyttö ja osallistuminen vaativat henkilökohtaisten intressien ja pääsyn lisäksi muun muassa navigointitaitoja ja medialukutaitoa.

Sirkulaation voimistumisella on nähty olevan kumulatiivisia vaikutuksia tiedon ja uutisten kiertoon. Samoja sisältöjä on alettu toistamaan eri medioissa hieman eri muodoissa. Näitä sisältöjä jaetaan ja mahdollisesti myös kommentoidaan omissa sosiaalisten medioiden verkostoissa. Kun tietty aihe herättää riittävästi kiinnostusta sosiaalisessa mediassa, se saattaa palautua takaisin perinteiseen mediaan, joka jatkaa aihetta esimerkiksi lukijoiden reaktioihin tai esittämiin kysymyksiin pohjautuvalla jutulla.

Tämän on nähty tuovan mediaa lähemmäs lukijoita, mutta toisaalta etäännyttävän lukijoita yhteiskunnallisemmista aiheista. Jos perinteisen median uutisarvostus on pitkälti artikkeleissa, joita lukijat klikkaavat useimmin ja jotka tietyillä mittareilla arvioiden kiinnostavat siten lukijoita eniten, siihen suunnataan yhä enemmän toimitusten resursseja. Tämän on epäilty vaikuttavan puolestaan niin sanottujen kovien uutisten laatuun ja näkyvyyteen. Sisältöjen kierrättäminen on herättänyt kritiikkiä, jonka mukaan mediat ovat muuttuneet yksinkertaistavammiksi,

yksiäänisemmiksi, populistisemmiksi ja viihteellisemmiksi. Toisaalta myös tätä näkemystä voidaan kritisoida sillä, että historiallisesti katsottuna nykyään tehdään ennätysmäärä ”hyvää journalismia”. On syntynyt aiemmin mainittu hitaiden uutisten ja niihin painottuvien medioiden kenttä, josta on ponnahtanut muutaman vuoden sisällä useita niin perinteisen median siteeraamia kuin sosiaalisessa mediassa kiertäneitä uutisia ja lukijoita puhuttaneita keskustelunavauksia.

Tätä aihetta voisi jatkaa esimerkiksi selvittämällä tarkemmin, missä laajuudessa edellä kuvattua jakautumista niin sanottuihin hitaisiin ja nopeisiin lyhytuutisiin on tapahtunut ja missä määrin se vaikuttaa esimerkiksi toimitusten resurssienkäyttöön. Moni tutkija on kiinnittänyt huomiota samojen sisältöjen sirkulaatioon, mutta myös syvällisempi tietämys ilmiön laajuudesta ja sosiaalisen median hyödyntämisestä jutunteossa on rajallista. Sosiaalisen median käyttäjät hyödyntävät perinteisen median sisältöjä, mutta tämän tutkielman aineiston pohjalta heidän motiivinsa jäävät tuntemattomiksi. Erityyppisiä sosiaalisen median käyttäjiä haastatteleamalla ja heidän toimintaansa medioissa seuraamalla, voisi päästä syvällisemmin kiinni siitä, mitä sisältöjä he hyödyntävät missäkin mediassa ja minkä takia.

## LÄHTEET

Aaltola, Juhani ja Valli, Raine (2010) toim. Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. (3. uudistettu painos). Jyväskylä: PS-kustannus.

Ahmavaara, Yrjö; Minkkinen, Sirkka; Nordenstreng, Kaarle; Rand, Max ja Strack, Margaretha (1972) Joukkotiedotus yhteiskunnassa. Helsinki: Tammi.

Alasuutari, Pertti (1993) Laadullinen tutkimus. (2. uudistettu painos). Tampere: Vastapaino.

Albæk, Erik (2011) The Interaction Between Experts and Journalists in News Journalism. *Journalism* 12:3, 335–348.

<http://jou.sagepub.com/content/12/3/335.full.pdf+html> (Viitattu 3.4.2013)

Alexa. The Web Information Company. Facebook.com. [www.alexa.com/topsites](http://www.alexa.com/topsites) (Viitattu 16.7.2013).

Allan, Stuart (2011 [1999]) News Culture. (3. uusittu painos). Maidenhead: Open University Press.

Allan, Stuart ja Thorsen, Einar (2011) Journalism, Public Service and BBC News Online. Teoksessa Graham Meikle & Guy Redden (toim.) News Online. Transformations & Continuities. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 20–37.

Anttiroiko, Ari-Veikko; Aro, Jari ja Karvonen, Erkki (2000) Tietoyhteiskunnan oppihistorialliset lähtökohdat. Teoksessa Vuorensyrjä, Matti ja Savolainen, Reijo (toim.) Tieto ja tietoyhteiskunta. Helsinki:Gaudeamus. 21–41.

Aro, Jari (2011) Yhteisöllisyys ja sosiaalinen side. Teoksessa Kangaspunta, Seppo (toim.) Yksilöllinen yhteisyys. Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Tampere: Tampereen Yliopistopaino. 35–60.

Aula, Pekka; Matikainen, Janne ja Villi, Mikko (2008 [2006]) toim. Verkkoviestintäkirja. (2. painos). Helsinki: Yliopistopaino.

Aula, Pekka ja Åberg, Leif (2012) Leimahtavat julkisuudet – organisaatioiden uusi haaste. Teoksessa Karppinen, Kari ja Matikainen, Janne (toim.) Julkisuus ja demokratia. Tampere: Vastapaino. 205–229.

Barabási, Albert-László (2003) Linked. Lontoo: Plume.

Baym, Nancy K.; Bing Zhang, Jan ja Lin, Mei-Chen (2004) Social Interaction Across Media: Interpersonal Communication on the Internet, Telephone and Face-to-Face. *New Media Society* 6:3, 299–318.

Baym, Nancy K. (2004 [2002]) *Interpersonal Life Online*. Teoksessa Lievrouw, Leah A. ja Livingstone, Sonia toim. *The Handbook of New Media*. (2. painos). Lontoo: Sage Publications.

Berger, Peter L. ja Luckmann, Thomas (2002 [1966]) *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen*. Tiedonsosiologinen tutkielma. (3. painos). Helsinki: Yliopistopaino.

Boczkowski, Pablo J. (2005) *Digitizing the News. Innovation in Online News Papers*. Lontoo: The MIT Press.

boyd, Danah (2008) Facebook's privacy Trainwreck: exposure, invasion and social convergence, convergence. *The International Journal of Research into New Media Technologies* 14:1, 13–20. <http://con.sagepub.com/content/14/1/13.full.pdf+html> (Haettu 2.10.2012).

boyd, Danah M. ja Ellison, Nicole B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer - Mediated Communication* 13:1, 210–230. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf> (Haettu 12.5.2012).

Burt, Ronald S. (2011 [2010]) *Neighbor Networks. Competitive Advantage Local and Personal*. Oxford: Oxford University Press.

Castells, Manuel (2004) *Informationalism, Networks, and the Network Society: A Theoretical Blueprint*. Teoksessa Castells, Manuel toim. *The Network Society A Cross-cultural Perspective*. Northampton: Edward Elgar.  
<http://annenbergl.usc.edu/Faculty/Communication/~media/Faculty/Facpdfs/Informationalism%20pdf.ashx> (Viitattu 28.3.2013).

Castells, Manuel (2011 [2009]) *Communication Power*. (2. painos). Oxford: Oxford University Press.

Cohen, Nicole (2008) The Valorization of Surveillance: Towards a Political Economy of Facebook. *Democratic Communiqué* 22:1, 5–22.

Crawford, Kate (2011) News to Me: Twitter and the Personal Networking of News. Teoksessa Meikle, Graham & Redden, Guy (toim.) *News Online. Transformations & Continuities*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 115–131.

Deuze, Mark (2007) *Media Work*. Cambridge: Polity Press.

Eisenhardt, Kathleen M. (1989) Building Theories from Case Study Research. *The Academy of Management Review* 14:4, 532–550.  
<http://www.buseco.monash.edu.au/mgt/research/acrew/eisenhardt.pdf> (Haettu 29.10.2012).

Ekström, Mats (2000) *Information, Storytelling and Attraction: TV Journalism in*

Three Modes of Communication. *Media, Culture and Society* 22, 465-492.  
<http://mcs.sagepub.com/content/22/4/465.full.pdf> (Haettu 22.5.2013).

Erkkola, Jussi-Pekka (2008) Sosiaalisen median käsitteestä. Pro gradu. Medialaboratorio, Taideteollinen korkeakoulu.  
[http://mlab.taik.fi/pdf/ma\\_final\\_thesis/2008\\_erkkola\\_jussi-pekka.pdf](http://mlab.taik.fi/pdf/ma_final_thesis/2008_erkkola_jussi-pekka.pdf) (Haettu 23.10.2012).

Fenton, Natalie (2010) Drowning or Waving? New Media, Journalism and Democracy. Teoksessa Fenton, Natalie (toim.) New Media, Old News. Journalism & Democracy in the Digital Age. Lontoo: Sage Publications. 3-16.

Flyvbjerg, Bent (2006) Five Misunderstandings about Case-Study Research. *Qualitative Inquiry* 12:2, 219- 245.  
<http://flyvbjerg.plan.aau.dk/Publications2006/0604FIVEMISPUBL2006.pdf> (Haettu 29.10.2012)

Fuchs, Christian (2010) Social Software and Web 2.0: Their Sociological Foundations and Implications. Teoksessa Murugesan, San (toim.) Handbook of Research on Web 2.0, 3.0, and X.0: Technologies, Business, and Social Applications. Hershey & New York: Information Science Reference. 764-789.  
<http://fuchs.uti.at/wp-content/uploads/2009/12/Web2.pdf> (Haettu 17.3.2013).

Gilpin, Dawn (2010). Organizational Image Construction in a Fragmented Online Media Environment. *Journal of Public Relations Research* 22:3, 265–287.  
<http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=49b663d8-013a-4354-a201-187078bf9b54%40sessionmgr111&vid=2&hid=122> (Haettu 12.5.2012).

Gillmor, Dan (2004) We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People. Sebastopol: O'Reilly Media.  
[library.uniteddiversity.coop/Media\\_and\\_Free\\_Culture/We\\_the\\_Media.pdf](http://library.uniteddiversity.coop/Media_and_Free_Culture/We_the_Media.pdf) (Haettu 27.5.2013).

Gladwell, Malcolm (2007) Leimahduspiste. Alkuper. The Tipping Point (2000). Suomentanut Heidi Hammarsten. Jyväskylä: Gummerus.

Haas, Tanni (2004) Qualitative Case Study Methods in Newsroom Research and Reporting: The Case of the Akron Beacon Journal. Teoksessa Hartin Iorio, Sharon (toim.) Qualitative Research in Journalism. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates. 59–74.

Hakala, Salli (2009) Koulusurmat verkostoyhteiskunnassa. Analyysi Jokelan ja Kauhajoen kriisien viestinnästä. Viestinnälaitoksen tutkimusraportteja 2/2009. Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto.  
[http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/koulusurmat\\_verkostoyhteiskunnassa.pdf](http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/koulusurmat_verkostoyhteiskunnassa.pdf) (Haettu 5.2.2012).

Hartin Iorio, Sharon (2004) *Qualitative Research in Journalism*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Heikkilä, Heikki (2001) *Ohut ja vankka journalismi. Kansalaisuus suomalaisen uutisjournalismin käytännöissä*. Tampere: Tampereen Yliopistopaino.  
Verkkojulkaisu <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/67131/951-44-5173-2.pdf>.

Heikkilä, Heikki; Ahva, Laura; Siljamäki, Jaana ja Valtonen, Sanna (2011) *Syytä huoleen. Sosiaaliset verkostot median ja maailman tulkitsijoina*. Teoksessa Kangaspunta, Seppo (toim.) *Yksilöllinen yhteisyys. Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen*. Tampere: Tampereen Yliopistopaino. 167–196.

Heikkilä, Heikki; Ahva, Laura; Siljamäki, Jaana ja Valtonen, Sanna (2012) *Kelluva kiinnostavuus*. Tampere: Vastapaino.

Herkman, Juha (2009) *Journalismi markkinoilla. Konserni- ja mediajournalismia*. Teoksessa Väliaverron, Esa (toim.) *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus. 32–49.

Herkman, Juha ja Vainikka, Eliisa (2012) *Lukemisen tavat. Lukeminen sosiaalisen median aikakaudella*. Tampere: Yliopistopaino.  
[http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66381/Lukemi\\_tavat\\_2012.pdf?sequence=1](http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66381/Lukemi_tavat_2012.pdf?sequence=1) (Haettu 26.6.2013).

Hintikka, Kari A. (2011) *Sosiaalinen media - yhteisö vai verkosto?* Teoksessa Kangaspunta, Seppo (toim.) *Yksilöllinen yhteisyys. Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen*. Tampere: Tampereen Yliopistopaino. 114–139.

Hoadley, Christopher M.; Xy, Heng; Lee, Joey J. ja Rosson, Beth Mary (2009) *Privacy as information access and illusory control: The case of the Facebook News Feed privacy outcry*. *Electronic Commerce Research and Applications*.  
<https://steinhardt.nyu.edu/scmsAdmin/uploads/004/303/sdarticle.pdf> (Haettu 2.10.2012)

Horowitz, Minna A. (2012) *Viestintäpolitiikka, monipuolisuus ja osallistumisen käsite*. Teoksessa Karppinen, Kari ja Matikainen, Janne (toim.) *Julkisuus ja demokratia*. Tampere: Vastapaino.

Humpreys, Lee (2011) *Who's Watching Whom? A Study of Interactive Technology and Surveillance*. *Journal of Communication* 61:4, 575-595.  
[http://byronking.com/design/wp-content/uploads/2012/01/Who\\_s\\_Watching\\_Whom.pdf](http://byronking.com/design/wp-content/uploads/2012/01/Who_s_Watching_Whom.pdf) (Haettu 29.10.2012).

Huhtala, Hannele ja Hakala, Salli (2005) *Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa*. Helsingin yliopisto, Viestinnän tutkimuskeskus CRC. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 7/2005.

<http://vnk.fi/julkaisukansio/2005/j07-tiedonkulku-ja-viestinta-aasian/pdf/142820.pdf> (Haettu 10.6.2013).

Jenkins, Henry (2004) The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies* 7:33, 33- 43.  
<https://www.sfu.ca/cmns/courses/2008/428/Readings/CMNS%20428%20%282008%29,%20Required%20Readings/Jenkins%20%282004%29.pdf> (Haettu 20.4.2012).

Johanson, Jan-Erik; Mattila, Mikko ja Uusikylä, Petri (1995) Johdatus verkostoonalyysiin. <http://www.valt.helsinki.fi/vol/kirja/> (Haettu 20.4.2012).

Joinson, Adam N. (2008) 'Looking at', 'Looking up' or 'Keeping up with' People? Motives and Uses of Facebook. CHI 2008. 1027-1036.  
[http://onemvweb.com/sources/sources/looking\\_at\\_motives\\_facebook.pdf](http://onemvweb.com/sources/sources/looking_at_motives_facebook.pdf) (Haettu 28.4.2012).

Juntunen, Laura (2010) Leikkaa-liimaa-journalismia? Tutkimus uutismedian lähdekäytännöistä. Viestinnän tutkimusraportteja 4/2011. Helsinki: Unigrafia.  
<http://helsinki.fi/crc/julkaisut/index.html> (Haettu 18.3.2013).

Kangaspunta, Seppo (2011) toim. Yksilöllinen yhteisyys. Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Tampere: Tampereen Yliopistopaino.

Kangaspunta, Seppo (2011) Traditionaalista yhteisöstä verkkoyhteyteen. Teoksessa Kangaspunta, Seppo (toim.) Yksilöllinen yhteisyys. Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Tampere: Tampereen Yliopistopaino. 15–34.

Kakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa (1998) Käsitteenmuodostus. Teoksessa Kakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa (toim.) Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot. Helsinki: Gaudeamus. 328–366.

Kaplan, Andreas M., ja Haenlein, Michael (2010) Users of the World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business horizons* 53:1, 59-68.  
<http://michaelhaenlein.com/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf> (Haettu 21.2.2013).

Karlsson, Michael (2011) The Immediacy of Online News, the Visibility of Journalistic Processes and a Restructuring of Journalistic Authority. *Journalism* 12:3, 279–295. <http://jou.sagepub.com/content/12/3/279> (Haettu 21.2.2013).

Karppinen, Kari ja Matikainen, Janne (2012) toim. Julkisuus ja demokratia. Tampere: Vastapaino.

Karvonen, Erkki (2000) Elämmekö tieto- vai informaatioyhteiskunnassa? Teoksessa Vuorensyrjä, Matti ja Savolainen, Reijo (toim.) Tieto ja tietoyhteiskunta. Helsinki: Gaudeamus. 81–108.



- Karvonen, Erkki (2005) Johdatus viestintätieteisiin. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos. <http://viesverk.uta.fi/johdviest/johdatus.html> (Haettu 18.2.2013).
- Kiviniemi, Kari (2010) Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa Juhani Aaltola ja Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. (3. uudistettu painos). Jyväskylä: PS-kustannus. 70–85.
- Knuuttila, Tarja ja Lehtinen, Aki Petteri (2010) Johdanto: Representaatio - Tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi. Teoksessa Knuuttila, Tarja ja Lehtinen, Aki Petteri (toim.) Representaatio - Tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi. Helsinki: Gaudeamus. 7–34.
- Knuuttila, Tarja (2010) Totuudenmukaisia kuvauksia vai monikäyttöisiä välineitä. Teoksessa Knuuttila, Tarja ja Lehtinen, Aki Petteri (toim.) Representaatio - Tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi. Helsinki: Gaudeamus. 331–350.
- Korpiola, Lilly (2011) Kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa. Kuopio: Infor.
- Korpiola, Lilly (2012) Arabikevät ja journalismin uusi ekosysteemi. Teoksessa Vehkoo, Johanna (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2012. *Media & viestintä* 1/2012, 14–24. Tampere: Tammerprint. [http://uta17-kk.lib.helsinki.fi/bitstream/handle/10024/65347/journalismikritiikin\\_vuosikirja\\_2012.pdf?sequence=1#page=15](http://uta17-kk.lib.helsinki.fi/bitstream/handle/10024/65347/journalismikritiikin_vuosikirja_2012.pdf?sequence=1#page=15) (Viitattu 25.3.2013)
- Korpiola, Lilly ja Nikkanen, Hanna (2012) Arabikevät. Helsinki: Avain.
- Koskinen, Ilpo (2008 [2006]) Mobiili multimedia ja verkkoviestintä. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen ja Mikko Villi (toim.) Verkkoviestintäkirja. (2. painos). Helsinki: Yliopistopaino. 121–135.
- Kunelius, Risto (2004) Viestinnän vallassa. Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. (5.-6. painos). Helsinki: WSOY.
- Lange, P. G. (2007) Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube. *Journal of computer-mediated communication* 13:1, 361–380. [https://wiki.sfu.ca/fall11/cmns353d100/images/2/2d/Lange\\_JCMC\\_Social\\_Networking\\_on\\_YouTube.pdf](https://wiki.sfu.ca/fall11/cmns353d100/images/2/2d/Lange_JCMC_Social_Networking_on_YouTube.pdf) (Haettu 12.5.2012).
- Lau, Raymond W. K. (2004) Critical Realism and News Production. *Media, Culture & Society* 26:5, 693–711. <http://mcs.sagepub.com/content/26/5/693> (Haettu 21.2.2013).
- Lau, Raymond W. K. (2012) Re-theorizing News' Construction of Reality: A Realist-discourse-theoretic Approach. *Journalism* 13:7, 886–902.

<http://jou.sagepub.com/content/early/2012/01/09/1464884911432660.full.pdf+html> (Haettu 26.6.2013).

Lee, Benjamin ja LiPuma, Edward (2002) Cultures of Circulation: The Imaginations of Modernity. *Public Culture* 14:1, 191–213.

<http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=eae2caa6-ed91-45f6-970b-c5ef8dbc6c0e%40sessionmgr14&vid=2&hid=13> (Haettu 9.5.2012).

Lietsala, Katri ja Sirkkunen, Esa (2008) Social Media. Introduction to the Tools and Processes of Participatory Economy. Tampere: Tampere University Press.

<http://tampub.uta.fi/tup/978-951-44-7320-3.pdf> (Haettu 28.4.2012).

Lievrouw, Leah A. ja Livingstone, Sonia (2004 [2002]) The Handbook of New Media. 2. painos. Lontoo: Sage Publications.

Marwick, A. E. ja boyd, Danah (2011) I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society* 13:1, 114–133. <http://nms.sagepub.com/content/13/1/114.full.pdf+html> (Haettu 12.5.2012).

Matikainen, Janne (2012) Sosiaalinen media – uudenlainen julkisuus? Teoksessa Karppinen, Kari ja Matikainen, Janne toim. *Julkisuus ja demokratia*. Tampere: Vastapaino. 133–160.

Matikainen, Janne (2011) Muuttuvat mediat - haasteelliset sukupolvet. Helsinki: Inforviestintä.

Matikainen, Janne (2008 [2006]) Vuorovaikutus ja sosiaalisuus verkossa. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen ja Mikko Villi (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. (2. painos). Helsinki: Yliopistopaino. 177–195.

McNair, Brian (2011) Managing the Online News Revolution: the UK experience. Teoksessa Meikle, Graham & Redden, Guy (toim.) *News Online. Transformations & Continuities*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 38–52.

Meikle, Graham & Redden, Guy (2011) toim. *News Online. Transformations & Continuities*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Merrin, William (2009) Media Studies 2.0: Upgrading and Open-sourcing the Discipline. *Studies in Communication and Culture* 1:1, 17–34.

<http://docserver.ingentaconnect.com/deliver/connect/intellect/17572681/v1n1/s3.pdf?expires=1334049432&id=68208381&titleid=75007573&accname=Helsingin+Yliopisto+%28University+of+Helsinki%29&checksum=152B8CACBFCD126738076BA6043D84C3> (Haettu 10.4.2012).

Messner, Marcus ja DiStaso, Marcia Watson (2008) THE – SOURCE – CYCLE – How Traditional Media and Weblogs Use Each Other as Sources. *Journalism Studies* 9:3,

447–463. <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=21531331-8816-4308-8303-c0d96c935c43%40sessionmgr13&vid=2&hid=9> (Haettu 29.10.2012)

Miller, Daniel (2011) *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity Press.

Mörä, Tuomo (1999) EU-journalismin anatomia. Mediasisältöjä muokanneet tekijät ennen kansanäänestystä 1994. Väitöskirja, Viestinnän laitos. Helsingin yliopisto. Sarja 1A/2/1999.

Nauta, Deode Jr. (1972) *The Meaning of Information*. Haag: Mouton & Co.

Nikkanen, Hanna (2012) Sikatehtaat: Ulkoistettua tutkivaa journalismia. Teoksessa Johanna Vehkoo (toim.) *Journalismikritiikin vuosikirja 2012*. Tampere: Tammerprint. 8-13. [http://tampub.uta.fi/J/journalismikritiikin\\_vuosikirja\\_2012.pdf](http://tampub.uta.fi/J/journalismikritiikin_vuosikirja_2012.pdf) (Haettu 8.1.2013)

Paasonen, Susanna (2008 [2006]) Mikä maa, mikä media? Verkkoviestinnän tutkimus ja mediaymmärrys. Teoksessa Aula, Pekka; Matikainen, Janne ja Villi, Mikko toim. *Verkkoviestintäkirja*. 2. painos. Helsinki: Yliopistopaino. 23–41.

Peirce, Charles S. (2001) *Johdatus tieteen logiikkaan ja muita kirjoituksia*. Suomentanut Markus Lång. Tampere: Vastapaino.

Phillips, Angela (2010) Old Sources: New Bottles. Teoksessa Fenton, Natalie (toim.) *New Media, Old News. Journalism & Democracy in the Digital Age*. Lontoo: Sage Publications. 87-101.

Phillips, Angela; Couldry, Nick ja Freedman, Des (2010) An Ethical Deficit? Accountability, Norms, and the Material Conditions of Contemporary Journalism. Teoksessa Fenton, Natalie (toim.) *New Media, Old News. Journalism & Democracy in the Digital Age*. Lontoo: Sage Publications. 51–68.

Poutanen, Petro (2013) Hajontakuva luokitellun muuttujan visualisoinnissa. Survey Tale -blogi. <http://surveytale.com/2013/05/29/hajontakuva-luokitellun-muuttujan-visualisoijana/> (Viitattu 30.5.2013).

Puusa, Anu (2008) Käsitemanalyysi tutkimusmenetelmänä. Premissi 4. 36–42. <http://www.joensuu.fi/taloustieteet/opiskelu/APuusa/premissi.pdf> (Viitattu 21.3.2013)

Quandt, Thorsten ja Singer, Jane B. (2009) Convergence and Cross-Platform Content Production. Teoksessa Wahl-Jorgensen, Karin ja Hanitzsch, Thomas (2009) toim. *The Handbook of Journalism Studies*. Lontoo: Routledge. 130-144.

Rantanen, Terhi (2009) *When News Was New*. Chichester: Wiley-Blackwell.

Ridell, Seija (2011) *Elämää Facebookin ihmemaassa*. Sosiaalinen verkostosivusto

käyttäjiensä kokemana. Tampere: Juvenes Print - Tampereen yliopistopaino.

Russell, Adrienne (2011) *Networked. A Contemporary History of News in Transition*. Cambridge: Polity Press.

Saarela-Kinnunen, Maria ja Eskola, Jari (2001) Tapaus ja tutkimus = Tapaustutkimus? Teoksessa Aaltola, Juhani ja Valli, Raine (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*. Jyväskylä: PS-kustannus. 158–169.

Sedereviciute, Kristina ja Valentini, Chiara (2011) Towards a More Holistic Stakeholder Analysis Approach. Mapping Known and Undiscovered Stakeholders from Social Media. *International Journal of Strategic Communication* 5:4, 221-239. <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1553118X.2011.592170> (Haettu 29.10.2012).

Schultz, Friederike, Utz, Sonja, & Göritz, Anja (2011). Is the Medium the Message? Perceptions of and Reactions to Crisis Communication via Twitter, Blogs and Traditional Media. *Public Relations Review* 37:1, 20–27. [http://ac.els-cdn.com/S0363811110001281/1-s2.0-S0363811110001281-main.pdf?\\_tid=6b6a0479c79ae3c2bee46b9fcaf0f103&acdnt=1334230656\\_da7d102454271eaae76466f7dcebeb73](http://ac.els-cdn.com/S0363811110001281/1-s2.0-S0363811110001281-main.pdf?_tid=6b6a0479c79ae3c2bee46b9fcaf0f103&acdnt=1334230656_da7d102454271eaae76466f7dcebeb73) (Haettu 9.4.2012).

Seppänen, Janne ja Väliaverronen, Esa (2012) *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.

Socialbakers. Finland Facebook Statistics. <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/finland> (Haettu 28.2012)

Spitulnik, Debra (1997) The Social Circulation of Media Discourse and the Mediation of Communities. *Journal of Linguistic Anthropology* 6:2, 161–187. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1525/jlin.1996.6.2.161/pdf> (Haettu 16.3.2012).

Sumiala, Johanna (2011) Circulating Communities Online: The Case of the Kauhajoki School Shooting. *M/C Journal* 14:2. <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/viewArticle/321> (Viitattu 25.3.2013).

Sumiala, Johanna ja Tikka Minttu (2009) "Netti edellä" kuolemaan – koulusurmat kommunikatiivisena ilmiönä. *Media & Viestintä* 32:2, 5-18. [http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66242/netti\\_edella\\_kuolemaan\\_2009.pdf?sequence=1](http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66242/netti_edella_kuolemaan_2009.pdf?sequence=1) (Viitattu 25.3.2013).

Sumiala, Johanna ja Tikka, Minttu (2011) Reality on circulation – School shootings, ritualised communication, and the dark side of the sacred. *ESSACHESS Journal for Communication Studies*, 2:8, 145-159. <http://www.essachess.com/index.php/jcs/article/view/132/114> (Haettu 5.2.2012).

TNS Metrix (2011) Suomen web-sivustojen viikkoluvut. Viikot 51 ja 50. TNS-gallup. <http://tnsmetrix.tns-gallup.fi/public/> (Viitattu 7.2.2012).

TSK Sanastokeskus (2010) Sosiaalisen median sanasto. Helsinki: Sanastokeskus TSK ry. [http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen\\_median\\_sanasto](http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_median_sanasto) (Haettu 28.9.2012).

Tuomi, Jouni ja Sarajärvi, Anneli (2002) Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Uskali, Turo (2011) Innovaatiot ja journalismi. Helsinki: Infor.

van Dijck, José (2009) Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media Culture Society* 31:41, 41-58. <http://www2.le.ac.uk/departments/media/dl/documents-and-pdfs/course-readers/penm/UsersLikeYou.pdf> (Haettu 26.4.2012).

Vehkoo, Johanna (2012) toim. Journalismikritiikin vuosikirja 2012. *Media & viestintä* 1/2012. Tampere: Tammerprint. [http://tampub.uta.fi/J/journalismikritiikin\\_vuosikirja\\_2012.pdf](http://tampub.uta.fi/J/journalismikritiikin_vuosikirja_2012.pdf) (Haettu 25.3.2013)

Villi, Mikko (2008 [2006]) Mediakonvergenssi ja verkkoviestintä. Teoksessa Aula, Pekka; Matikainen, Janne ja Villi, Mikko toim. Verkkoviestintäkirja. (2. painos). Helsinki: Yliopistopaino. 101–120.

Villi, Mikko (2011) Sosiaalinen kuratointi verkossa. Mediasisältöjen sosiaalinen kulutus ja osallistava yleisyys. *Media & viestintä* 34:4, 48–65. [https://moodle.helsinki.fi/pluginfile.php/371306/mod\\_resource/content/0/M\\_V\\_4-11\\_Villi-lores.pdf](https://moodle.helsinki.fi/pluginfile.php/371306/mod_resource/content/0/M_V_4-11_Villi-lores.pdf) (Viitattu 3.4.2013).

Vuorensyrjä, Matti ja Savolainen, Reijo (2000) toim. Tieto ja tietoyhteiskunta. Helsinki: Gaudeamus.

Välvärrönen, Esa (2009) toim. Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus.

Välvärrönen, Esa (2009) Journalismi kriisissä? Teoksessa Välvärrönen, Esa (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus. 13–31.

Wahl-Jorgensen, Karin ja Hanitzsch, Thomas (2009) toim. The Handbook of Journalism Studies. Lontoo: Routledge.

Ward, Mike (2002) Journalism Online. Oxford: Focal Press.

Wittel, Andreas (2001) Toward a Network Sociality. *Theory Culture Society*. 18:51, 51-76. <http://tcs.sagepub.com/content/18/6/51.full.pdf+html> . (Haettu 26.4.2012).

Webster, Frank (2004 [2002]) The Information Society Revisited. Teoksessa

Lievrouw, Leah A. ja Livingstone, Sonia (toim.) *The Handbook of New Media*. (2. uusittu painos) Lontoo: Sage Publications. 22-33.

Yin, Robert K. (2009) *Case Study Research. Design and Methods*. (5. painos). Los Angeles: Sage.

Östman, Sari ja Turtiainen, Riikka (2013) Verkkotutkimuksen eettiset haasteet: Armi ja anoreksia. Teoksessa Laaksonen, Salla-Maaria, Matikainen, Janne ja Tikka, Minttu (toim.) *Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Tampere: Vastapaino. 49–67.

## Muut viitatu artikkelit

Alaston kriitikko/Otso Kantokorpi. Kuinka elämäni kapitalismin henkisenä ammattihoorana yhtäkkisesti lakkasi. Julkaistu 6.4.2013.

<http://alastonkriitikko.blogspot.fi/2013/04/kuinka-elamani-kapitalismin-henkisena.html> (Luettu 8.4.2013).

HS.fi. Poliitikko. Kansainvälinen media tulkitse Urpilaisen uhkaavan erolla euroalueesta. Julkaistu 6.7.2012 klo 14.57. HS.

<http://www.hs.fi/politiikka/Kansainv%C3%A4linen+media+tulkitsi+Urpilaisen+uhka+erolla+euroalueesta/a1305581039225> (Luettu 17.1.2013).

HS.fi. Poliitikko. Urpilaisen lausuntoja väärin tulkinut toimittaja ei jatka AFP:ssä. Julkaistu 12.7.2012 klo 18.30. Päivitetty viimeksi 12.7.2012 klo 19.53. HS-STT.

<http://www.hs.fi/politiikka/Urpilaisen+lausuntoja+v%C3%A4%C3%A4rin+tulkinnut+toimittaja+ei+jatka+AFPss%C3%A4/a1305582763967> (Luettu 5.12.2012).

Journalisti (6/2012) Somea käyttää yhdeksän toimittajaa kymmenestä.

<http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2012/06/uutiset/somea-kayttayhdeksan-toimittaj/> (Luettu 26.4.2012).

Kauppalehti.fi. Uutiset. Urpilaisen lausuntoa ylitulkittiin maailmalla. Julkaistu 6.7.2012 klo 16.36. Päivitetty viimeksi 8.7.2012 klo 17.58. Kauppalehti-STT.

<http://www.kauppalehti.fi/etusivu/urpilaisen+lausuntoa+ylitulkittiin+maailmalla/201207210231> (Luettu 17.1.2013).

Kauppalehti.fi. Uutiset. Urpilainen: Monti-keskustelu "hyvässä hengessä". Julkaistu 10.7.2012 klo 18.05. STT.

<http://www.kauppalehti.fi/etusivu/urpilainen+monti-keskustelu+hyvassa+hengessa/201207212781> (Luettu 17.1.2013).

MTV3.fi. Ulkomaat. Euroviisubabushka löysi vihdoon isänsä haudan. Julkaistu 10.10.2012 klo 10.25. Päivitetty viimeksi 11.10.2012. MTV3-AP.

<http://www.mtv3.fi/uutiset/ulkomaat.shtml/euroviisubabushka-loysi-vihdoon-isansa-haudan/2012/10/1632830> (Luettu 17.1.2013).

Storify. Historiallinen uutispäivä 11.10.2012. <http://storify.com/vehkoo/uutispaiva-11-10-2012> (Luettu 17.1.2013).

Taloussanomat. Poliitikko. Maailman uutistoimistot sekosivat Suomen euroeropuheista. Julkaistu 17.8.2012 klo 14.01. Taloussanomat.

<http://www.taloussanomat.fi/politiikka/2012/08/17/maailman-uutistoimistot-sekosivat-suomen-euroeropuheista/201235884/12> (Luettu 17.1.2013).

Yle.fi. Kulttuuri. Kiista tekstimainonnasta kuohuttaa suomalaista lehdistöä. Julkaistu 5.4.2013 klo 16.00. Päivitetty 5.4.2013 klo 16.56. Yle.

[http://yle.fi/uutiset/kiista\\_tekstimainonnasta\\_kuohuttaa\\_suomalaista\\_lehdistoa/6567084](http://yle.fi/uutiset/kiista_tekstimainonnasta_kuohuttaa_suomalaista_lehdistoa/6567084) (Luettu 8.4.2013).

Yle.fi. Kotimaa. A-Studio: Salakuvat suomalaisilta turkistarhoilta Lontoon muotiviikoille. Julkaistu 17.2.2010 klo 18.20. Päivitetty 1.6.2012 klo 22.36. Yle.  
<http://yle.fi/uutiset/a-studio-salakuvat-suomalaisilta-turkistarhoilta-lontoon-muotiviikoille/5512225>  
(Luettu 11.4.2013).

Yle.fi. Kotimaa. Vanhanen moittii YLEä turkistarhakuista. Julkaistu 28.2.2010 klo 13.09. Päivitetty 3.6.2012 klo 5.47.  
<http://yle.fi/uutiset/vanhanen-moittii-ylea-turkistarhakuista/5518484> (Luettu 11.4.2013).



## LIITE 1 - Luokittelurungot

Luokittelurungot on muodostettu aineiston pohjalta, mutta niihin on sovellettu verkkokeskusteluja analysoineen Huhtala et al. (2005) ja Hakalan (2009) luokitteluja. Luokittelussa edettiin järjestyksessä ylhäältä alas. Jokainen kommentti koodattiin vain yhteen luokkaan, paitsi tiedonlähteiden kohdalla. Mikäli tiedonlähde tai – lähteitä ei mainittu tai ne eivät olleet selkeästi pääteltävissä kommentin pohjalta, luokka jäi tyhjäksi.

### LUOKITTELURUNKO 1 Lehtiartikkelit

#### MEDIA

1=IL

2=IL-STT

3=HS

4=HS-STT

#### JULKAISUAIKA

Päivä, kellonaika, mahd. korjausaika

#### TIEDONLÄHDE/-LÄHTEET

1= Oma kokemus/tietämys

2= Asiantuntija

3= Sosiaalinen media (yleisellä tasolla)

4=Yksittäinen/yksittäiset sosiaalisen median käyttäjät

5= Muu perinteinen media\*

6=Sosiaalinen media (yritys)

## JUTUN NÄKÖKULMA

1= Toimittajan

2=Kansalaisten

3=Asiantuntijan

4=Sosiaalisen median (yritys)

## MUITA HUOMIOITA

## LUOKITTELURUNKO 2 Facebook-viestit

Kirjoittajan ID/kirjoittajan kommentin numero (juokseva)

## JULKAISUAIKA

Päivä, kellonaika

## TYKKÄYKSET

Lkm

## JAOT

Lkm

## LINKIT

1= Kyllä\*

2= Ei

\*mihin?

#### KOMMENTIN LAJI

1= Tiedon välitys,

2=Ohje tai neuvo,

3=Kysymys,

4=Kannanotto,

5=Toteamus, tarkennus,

6=Vitsi,

7=Muu\*

\*mikä?

#### KOMMENTIN SÄVY

1=Neutraali/ Informoiva,

2=Negatiivinen, vihainen

3=Positiivinen,

4=Huolestunut, kauhistunut, järkyttynyt, hämmentynyt

5=Kriittinen,

6=Ivallinen, vähättelevä

7=Humoristinen, itseironinen

8=Yllättynyt, epäuskoinen

9=Sakrasinen, leikkisä, piikittelevä

10=Ärsyyntynyt, pettynyt, harmistunut

11=Muu

#### TIEDONLÄHDE/-LÄHTEET

1= Oma kokemus, tieto

2= Toisen kokemus, tieto

3= Huhu

4= Perinteinen media\*

5=Keskustelu muualla sosiaalisessa mediassa

\*Mikä?

## Liite 2 - Uutisaineisto

Il.fi:

Lauantai 17.12.2011 klo 14.02 Facebookin yksityisiä viestejä julki?

[http://www.iltalehti.fi/digi/2011121714963046\\_du.shtml](http://www.iltalehti.fi/digi/2011121714963046_du.shtml)

Sunnuntai 18.12.2011 klo 16.10 (päivitetty klo 16.48) Yksityisviestien ei pitäisi näkyä

[http://www.iltalehti.fi/digi/2011121814966566\\_du.shtml](http://www.iltalehti.fi/digi/2011121814966566_du.shtml)

Maanantai 19.12.2011 klo 15.56 Näin saat yksityiset viestit piiloon

[http://www.iltalehti.fi/digi/2011121914974654\\_du.shtml](http://www.iltalehti.fi/digi/2011121914974654_du.shtml)

Maanantai 19.12.2011 klo 15.57 Facebookin yksityisviestien vuotamisesta yhä epäselvyyttä:

[http://www.iltalehti.fi/digi/2011121914974645\\_du.shtml](http://www.iltalehti.fi/digi/2011121914974645_du.shtml)

Maanantai 19.12.2011 klo 21.52 HS: Facebook sanoo viestien olleen jo ennen julkisia

[http://www.iltalehti.fi/digi/2011121914976288\\_du.shtml](http://www.iltalehti.fi/digi/2011121914976288_du.shtml)

Tiistai 20.12.2011 klo 13.43 Asiantuntija pitää Facebookin selitystä viesteistä uskottavana

[http://iltalehti.fi/digi/2011122014980021\\_du.shtml](http://iltalehti.fi/digi/2011122014980021_du.shtml)

HS.fi:

Maanantai 19.12.2011 0:41 Facebook-käyttäjät kertovat vuotaneista viesteistä - yhtiö pyytää yhteydenottoja

[http://www.hs.fi/kotimaa/Facebook-](http://www.hs.fi/kotimaa/Facebook-k%C3%A4ytt%C3%A4j%C3%A4t+kertovat+vuotaneista+viesteist%C3%A4++yhti%C3%B6+pyyt%C3%A4%C3%A4+yhteydenottoja/a1305551656955)

[k%C3%A4ytt%C3%A4j%C3%A4t+kertovat+vuotaneista+viesteist%C3%A4++yhti%C3%B6+pyyt%C3%A4%C3%A4+yhteydenottoja/a1305551656955](http://www.hs.fi/kotimaa/Facebook-k%C3%A4ytt%C3%A4j%C3%A4t+kertovat+vuotaneista+viesteist%C3%A4++yhti%C3%B6+pyyt%C3%A4%C3%A4+yhteydenottoja/a1305551656955)

Maanantai 19.12.2011 01:08 Näin säädät vanhojen facebook-viestien näkyvyyttä

<http://www.hs.fi/kotimaa/N%C3%A4in+s%C3%A4%C3%A4d%C3%A4t+vanhojen+Facebook-viestien+n%C3%A4kyvytt%C3%A4/a1305551660526>

Maanantai 19.12.2011 12:36 Facebook selvittää tietoja viestien vuotamisesta

<http://www.hs.fi/kotimaa/Facebook+selvitt%C3%A4%C3%A4+tietoja+viestien+vuotamisesta/a1305551706463>

Maanantai 19.12. 20:05, päivitetty 21:18 Facebook: Viestit olivat jo ennestään julkisia

<http://www.hs.fi/kotimaa/Facebook+Viestit+olivat+jo+ennest%C3%A4%C3%A4n+julkisia/a1305551737896>

Maanantai 19.12.2011. 21:42 Säikähdys oli todellinen, kommentti

<http://www.hs.fi/kotimaa/S%C3%A4ik%C3%A4hdys+oli+todellinen/a1305551741753>

Tiistai 20.12.2011 13:35 Tietoturva-asiantuntija: Facebookin selvitys viesteistä uskottava

<http://www.hs.fi/kotimaa/Tietoturva-asiantuntija+Facebookin+selitys+viesteist%C3%A4+uskottava/a1305551785324>

Keskiviikko 21.12.2011 17:00 Facebook lupaa tiukentaa käyttäjiensä yksityisyyden suojaa

<http://www.hs.fi/kulttuuri/Facebook+lupaa+tiukentaa+k%C3%A4ytt%C3%A4jiens%C3%A4+yksityisyyden+suoja/a1305551869633>